

أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني

الدكتور

فاضل محمد حسني البدراني

استاذ الصحافة والإعلام في كلية الإعلام في الجامعة العراقية



الوكالة الوطنية للإعلام

أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني

الدكتور

فاضل محمد البدراني

أستاذ الصحافة والاعلام في كلية الاعلام بالجامعة العراقية

الطبعة الأولى

2014 م - 1435 هـ



دار البلدية ناشرون وموزعون

المملكة الأردنية الهاشمية

رقم الإيلاع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2013/6/2087)

070.41

البدراني، فاضل محمد

امس التحرير الصحفي والتفاريقي والالكتروني / فاضل محمد البدراني، عمان، دار

البداية ناشرون وموزعون، 2013

() ص.

و.أ.، 2013/6/2087

الواصفات، البيانات الصحفية / الصحافة / وسائل الاتصال الجماهيري /

• يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية من محتوى مصنفه ولا يعبر عنه المصنف من رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.



الطبعة الأولى

2014م / 1435 هـ



دار البداية ناشرون وموزعون

عمان - وسط البلد - هاتف : 4640678 5 952 +

ص.ب 184248 عمان 11118 الأردن

Info.daralbedayah@yahoo.com

خبير في الكتب الأكاديمية

ISBN: 978-9957-82-282-8

استناداً إلى قرار مجلس الإفتاء رقم 2001/3 بتحريم نسخ الكتب وبيعها دون إذن المؤلف والناشر.
وعملًا بالأحكام العامة لحماية حقوق الملكية الفكرية فإنه لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في
نطاق استعادة المعلومات أو استنساخه بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من الناشر.

المحتويات

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول	
فنون الصياغة الاخبارية المعاصرة	
المقدمة	13
المبحث الأول: الخبر الصحفي وتطبيقاته المهنية	16
أولاً: الخبر - التعريف - المفهوم	16
ثانياً: الخبر - النشأة والتطور	18
ثالثاً: التغطية الإخبارية	21
رابعاً: مكونات الخبر	24
خامساً: الأسئلة الاستفهامية	37
المبحث الثاني: الطبيعة المهنية لصناعة الأخبار	40
أولاً: أنواع الأخبار	40
ثانياً: مصادر الأخبار	42
ثالثاً: صفات الخبر	47
رابعاً: وظائف الأخبار	48
خامساً: الاتجاهات الجديدة لكتابة الأخبار	49
المبحث الثالث: أنواع الأخبار وفقاً لتقسيمات مهنية عدة	53
أولاً: التقسيم الجغرافي	53
ثانياً: التقسيم الموضوعي للخبر	54
ثالثاً: التقسيم الزمني للخبر	54
رابعاً: الخبر وفقاً لاعتبارات مهنية	55
خامساً: أنواع الخبر على أساس ما يقدمه للقارئ	57
سادساً: أنواع الخبر وفقاً لما يحمله من وقائع	58
سابعاً: بالونات الاختبار	60
الفصل الثاني	
طبيعة عمل المراسل والندوب الصحفي	
المبحث الأول: المراسل الصحفي وطبيعة عمله	63
أولاً: المراسل القديم	64

64	ثانياً: المراسل الحديث
65	ثالثاً: تعريف المراسل الصحفي
67	رابعاً: مفهوم المراسل الصحفي
68	خامساً: تراجع دور المراسل الصحفي في العملية الاخبارية
69	سادساً: طبقاً لتقسيم الجغرافي
72	سابعاً: شروط المراسل الصحفي
73	ثامناً: معايير اختيار المراسل الصحفي
74	تاسعاً: آلية عمل المراسل الصحفي
75	عاشراً: آلية تعامل المركز مع أخبار المراسل
76	المبحث الثاني: المندوب الصحفي وطبيعة عمله
76	أولاً: صفات المندوب الصحفي
77	ثانياً: تصنيف المندوبين وفقاً لتخصصاتهم
77	ثالثاً: الفرق بين المندوب والمراسل

الفصل الثالث

الأسس والقيم المهنية في التعامل مع الصيغ الاخبارية

81	المبحث الأول: ماهية القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة في الاخبار
81	أولاً: مفهوم وتعريف القيم الاخبارية (عناصر الخبر)
83	ثانياً: القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة في الاخبار
93	المبحث الثاني: الأشكال الصحفية لقوالب الصياغة الخيرية
104	المبحث الثالث: الدلائل الفنية والأشكال التعبيرية للاخبار
105	أولاً: الفرق في الجوانب الاخبارية والفنية بين الجريدة والمجلة
106	ثانياً: أنواع الجرائد
109	ثالثاً: أنواع المجلات
110	رابعاً: الفرق في الوظائف بين الجريدة والمجلة
111	خامساً: الأشكال التعبيرية في الاخبار

الفصل الرابع

فن المقال

119	أولاً: تعريف المقال
-----	---------------------

الموضوع	الصفحة
ثانيا: الأسس النظرية للمقال	120
ثالثا: خصائص المقال	122
رابعا: أنواع المقال	122
المقال الصحفي	125
أنواع المقال الصحفي	125
وظائف المقال الصحفي في ضوء المدارس الصحفية	126
وظائف المقال الصحفي الاجمالية	128
المقال الأدبي	129
وظائف المقال الأدبي	130
أنواع المقال الأدبي	130
المقال العلمي	131
خامسا: العمود الصحفي	133

الفصل الخامس

الفنون الإذاعية والتلفزيونية

المبحث الاول: طبيعة التعامل الفني مع الاخبار التلفزيونية	143
أولا: انتاج الخبر التلفزيوني "النشرة الاخبارية"	143
ثانيا: الموجز الاخباري والشريط الاخباري	150
ثالثا: الاعتبارات التي تحكم اختيار الاخبار الإذاعية والتلفزيونية	152
رابعا: الكتابة التلفزيونية والإذاعية مقارنة بالكتابة الصحفية	153
خامسا: شروط تحرير الاخبار الإذاعية والتلفزيونية	154
سادسا: كتابة الاخبار على طريقة الاساليب الصحفية والإذاعية والتلفزيونية	155
سابعا: قواعد الصياغة اللغوية في الاخبار الإذاعية والتلفزيونية	158
المبحث الثاني: وسائل إثارة الاهتمام في الوسائل المسموعة والمرئية والمقروءة	160
أولا: وسائل إثارة الاهتمام والتشويق في التلفزيون	160
ثانيا: وسائل الاثارة والتشويق في الاذاعة	161
ثالثا: وسائل الاثارة والتشويق في الصحافة	161
رابعا: الاثر العاطفي للصورة التلفزيونية	162

الفصل السادس

أساليب التحرير للفنون الصحفية

165	المبحث الأول: أساليب التحرير للقصة الاخبارية
165	التقرير الصحفي
166	الأسلوب
169	وظائف التقرير الاخباري
173	المبحث الثاني: الصياغات التحريرية لفن الحديث الصحفي
173	أولا: فن الحديث الصحفي
174	ثانيا: التخطيط للمقابلة وإدارة الحديث
176	ثالثا: أنواع الأحاديث الصحفية
178	رابعا: طرق إجراء الحديث الصحفي
180	خامسا: القوالب الفنية لكتابة الحديث الصحفي
183	المبحث الثالث: الصياغات التحريرية لفن التحقيق الصحفي
183	أولا: أساليب التحقيق الصحفي وتعريفاته
184	ثانيا: أنواع التحقيق الصحفي
185	ثالثا: مصادر التحقيق الصحفي
186	رابعا: وظائف التحقيق الصحفي
187	خامسا: مقدمات التحقيق الصحفي
188	سادسا: عنوان التحقيق الصحفي
189	سابعا: مراحل بناء التحقيق الصحفي
191	ثامنا: قوالب صياغة التحقيق الصحفي
192	تاسعا: خصائص فكرة التحقيق الصحفي
192	عاشرا: وصايا حول التحقيق الصحفي
193	حادي عشر: العوامل الرئيسية والمؤثرة في التحقيق الصحفي
195	المبحث الرابع: البرامج التلفزيونية
195	أولا: قواعد إعداد البرامج التلفزيونية
196	ثانيا: أنواع البرامج التلفزيونية
197	ثالثا: الأشكال البرمجية المميزة

الموضوع	الصفحة
رابعاً: أنواع البرامج التلفزيونية حسب التصنيف المهني	199
الفصل السابع	
أساليب التحرير الجديد في الصحافة الإلكترونية	
المبحث الأول: المتغيرات في المفهوم والبيئة الصحفية الجديدة	203
أولاً: تعريف الصحافة الإلكترونية	204
ثانياً: جوانب الاستفادة من التطور التكنولوجي في الصحافة	205
ثالثاً: مداخل التعامل مع الصحافة الإلكترونية	206
رابعاً: سمات الصحافة الإلكترونية	210
خامساً: وظيفة الصحافة الإلكترونية	212
سادساً: إيجابيات الصحافة الإلكترونية	213
سابعاً: سلبيات الصحافة الإلكترونية	214
المبحث الثاني: قوالب صياغة الأخبار الإلكترونية	215
المبحث الثالث: الصحف الورقية والإلكترونية	220
المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية	220
أزمة الصحافة المطبوعة وانتعاش الإلكترونية	221
قواعد كتابة الخبر الإلكتروني	223
المبحث الرابع: الصياغات التحريرية لأعلام المستخدم	225
أولاً: ما هي الصحافة الجديدة	225
ثانياً: الصفات السائدة	226
ثالثاً: المداخل والتيارات والاتجاهات الجديدة للتغطية الاخبارية	227
رابعاً: مظاهر الصحافة الجديدة	227
رابعاً: الصحفي الإلكتروني الشعبي	228
خامساً: الصحفي التقليدي الحرفي	230
سادساً: صياغة المضمون وفق متغيرات البيئة الإعلامية	232
سابعاً: لغة الصحافة في البيئة الإلكترونية	233
ثامناً: مفهوم المحتوى الخبري	236
المبحث الخامس: الجيل الثاني للأعلام الأنترنتي في مواجهة العقبات	238
أولاً: التحديات التي تواجه الصحافة للمواطنة	238

الموضوع	الصفحة
ثانيا: مواقف حكومات معارضة لفاعلية أعلام المستخدم	240
ثالثا: صحافة المواطن تتجاوز القيود الرسمية	241
رابعا: ضوابط أستخدم أخبار الشبكات الاجتماعية	242
المراجع	245

فنون الصياغة الاخبارية المعاصرة

فنون الصياغة الإخبارية المعاصرة

المقدمة:

أتضح مع بداية الألفية الثالثة أنه لم يعد هناك أدنى شك أو ريب بأن الإعلام الذكي والمدرّوس أضحى وباعتراف كل مدرك، أمضى الأسلحة على الإطلاق في إي مواجهة أو معركة مدنية كانت أم عسكرية، فالشواهد والبراهين أكثر من أن تعد أو تحصى، ونستند بذلك إلى نماذج عدة ذات مفاعيل حاسمة في هذا السياق، نذكر منها نموذجين مختلفين على سبيل المثال لا الحصر، بدءاً بنموذج مدني يتشعب إلى مثالين يدركهما الجميع:

الأول والأكثر بديهية، هو الحيز الكبير من موازنة أي شركة منتجة للسلع الاستهلاكية حول العالم، إذ إن نسبة الموازنة الإعلامية تتخطى لدى معظم هذه الشركات نصف الميزانية العامة للإنتاج والتوزيع والتخزين والإدارة معاً، أي أن أعباء ومصاريف الإعلام توازي، إن لم تتخطها، الكلفة الإجمالية للمنتج نفسه، ويكفي مراقبة المنافسة الإعلامية والإعلانية بين شركتي بيبسي وكوكا كولا على موازنة الإنفاق الإعلاني لكل سنة كي تظهر الصورة جلية وبكل وضوح مدى أهمية الإعلام والإعلان في هذا المجال، أما المقلب الآخر في الإعلام المدني والاجتماعي المعبر عن أهمية الإعلام، وإن كان ذلك محصوراً بأصحاب النفوذ والقرار ولم يكن بديهي لدى السواد الأعظم من الناس، فهو بلا ريب الأموال الطائلة التي تنفق دون أي حساب على الحملات الانتخابية في الغرب، رئاسية كانت أو ما دون، وتصرف بمعدل تسعين بالمائة في وسائل الإعلام عامة، في الميدان العسكري والاستراتيجي لا يختلف الواقع الإعلامي من حيث الأهمية عنه في الميدان المدني والتجاري بل هو أكثر حدةً وفعاليةً، فجميعنا يذكر بوضوح، اصطحاب القوات الأمريكية عند غزوها للعراق، إعلاميين مقيمين مع الجنود الغزاة (EMBEDDED MEDIA) GRUE) لمواكبة المعارك ومحاولة تلطيف فظاعة الغزو وأظهاره وكأنه خدمة عامة إنسانية يقدمها الجيش الغازي لإخوانه في الإنسانية العراقيين العرب، وذلك ليس خوفاً من ردة فعل القوة العربية الضاغطة، إنما توجساً من انقلاب السحر على الساحر في عرينه، لذا فإن المجتمعات الغربية أكثر تحسناً بموضوع الأخلاقيات الإنسانية ومعادلة الحق والباطل على هذا الصعيد لاسيما وإنها تمتلك إلى حد كبير إمكانية المحاسبة وبالتالي نسبة لا بأس بها من المشاركة في صنع القرار السياسي لدى دولها، وقد شهدنا حسيباً التغييرات التي حصلت في إدارات عدة لهذه الدول عند أول استحقاق انتخابي بعد حرب العراق لاسيما في إسبانيا وفرنسا وخاصة في الولايات المتحدة، في السياق الاستراتيجي ذاته لا يفوتنا بأن نذكر بأن الدعاية الأساسية والركيزة الأكثر صلابة الذي بنت عليها الحركة

الصهيونية لقيام دولة عرقية لليهود في فلسطين المحتلة، كانت وما تزال، الترويج الإعلامي ومخاطبة العقل الغربي بالمفاهيم الذي يتفاعل معها وصولاً لإقناعه بأحقية ومشروعية قيام هكذا الكيان مستعملة شتى الأساليب والوسائل، محقة كانت أم لم تكن، لحضه على تبني ودعم هذا العمل وصولاً إلى تحقيق قيام هذا الكيان واغتصاب جميع حقوق الشعب الفلسطيني بكل فئاته برضى وقبول، بل بتشجيع المجتمع الغربي (المتحضر- والمحِب للعدالة والحرية والديمقراطية) وذلك كله بفضل تسخير الإعلام الصهيوني لهذا الهدف بدءاً من تحميل ضمير المجتمع الغربي أعباء المعاملة الإجرامية السيئة الذي تعرض لها المجتمع اليهودي بشكل عام تحت الحكم النازي في ألمانيا امتداداً إلى جميع البلدان التي سقطت تحت سيطرته وصولاً إلى إقناع أصحاب القرار في هذه الدول، وبعد نهاية الحرب بتبني هذا المطلب غير المحق، وألماً في لجميع مفاهيم العدالة المبنية على أساسها أنظمة تلك الدول، والعمل على قيام هذا الكيان، (المركز اللبناني للأبحاث والاستشارات، تم استقاء المعلومات في 12 / آب 2011 للمزيد ينظر الرابط الاتي <http://www.center-lcrc.com>)، إذا ما نظرنا إلى واقع العمل الصحفي ما بين الماضي والحاضر فأننا نصل إلى خدمات إخبارية جديدة بصيغ متقدمة بفعل التطور التقني الذي شهده سوق الإعلام، وبخاصة المؤسسات الإعلامية الكبرى مثل شبكات الأخبار والفضائيات، بحيث أصبح الهاتف المحمول أفضل صديق للمراسل الدولي لتغطية الأخبار تحت الضغط، ونلقي نظرة هنا كيف يستخدم صحفيون من ال(BBC، ورويترز) الهواتف الذكية كأدوات لتغطية الأخبار.

أدخلت ال BBC ورويترز خدمات تقنيات الهواتف المحمولة في غرف الأخبار الخاصة بهما، وقامت بتجهيز صحفيي الهاتف المحمول لديها بأدوات ونصائح لإعداد التقارير بسرعة وكفاءة.

ألقي مركز مساعدة وسائل الإعلام الدولية الضوء على هذه الأدوات في تقريره الأخير "الأخبار من على الطريق: كيف تغير الأجهزة المحمولة نظام الاتصالات في العالم".

هذه أبرز ما استخلصته شبكة الصحفيين الدوليين من صحفيي الهواتف المحمولة:

- البث على الهواء مباشرة من أرض الحدث، استخدم Qik، يلتقط هذا البرنامج الفيديو بصور ثلاثية الأبعاد (D3) وبصور عالية الدقة (HD) حيث يمكن مشاركتها خلال عملية التسجيل، أو تحميلها في وقت لاحق إلى مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية، استخدام دردشة الفيديو عبر الهاتف المحمول خيار آخر ممكن.

- لإجراء مقابلات إذاعية أو تسجيل الصوت المحيط بك من أجل بثه، يخلو موقع Audioboo للهاتف المحمول ولشبكة الإنترنت من تسجيل الصوت ومشاركة مقاطع تصل لمدة ثلاث دقائق مجاناً.
- استخدم أجهزة الشحن التي تعتمد على الطاقة الشمسية مثل Powermonkey Explorer والذي استخدم في السنغال خلال تعاون وكالة رويترز مع نوكيا، بإمكان التكنولوجيا اللاسلكية إبقاء هاتفك مشحوناً عندما تقوم بتغطية مناطق خارج نطاق الشبكات.
- استخدم الهواتف المحمولة المزودة بميزات تقوم بحفظ المعلومات اللوجستية بشكل تلقائي، مثل الموقع والوقت والتاريخ وأكثر من ذلك.
- عدد قليل من الأدوات الإضافية لحملها في حقيبة صحفي الموبايل تشتمل على ترايبود، لوحة مفاتيح بلوتوث قابلة للطي، ميكروفون وقلم رقمي يسجل المحادثات ويفرغها إلى نصوص مكتوبة، (روترز و البي بي سي، موقع الصحفي العربي، قرأ في 3 حزيران 2012 للمزيد ينظر الرابط الآتي www.alsahfe.com/).

البحث الأول

الخبر الصحفي وتطبيقاته المهنية

أولاً: الخبر: التعريف - المفهوم:

إن الخبر في اللغة العربية هو "ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة" وخبرت بالأمر أي علمته وخبرت الأمر أخبره إذا عرفت على حقيقته - وجمع الخبر أخبار هو ما أتاك من نبأ عمن تستخبر، ومفهوم الخبر بهذه الشاكلة يعني أنه "أمر" أي شيء ما يحدث ويتناقله الناس عن طريق أحاديثهم أو عن طريق الكتابة أو هو المعلومات عن "أحوال جرت"، (د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، بيروت، دار ومكتبة الهلال، 2008، ص 21) ويرى الباحث بأن مفهوم الخبر وفق ذلك يعني "المعلومات المنقولة عن حدث ما قد جرى"، لا يمكن أن نحصر الخبر بتعريف معين ذلك أن مفهوم الخبر شيء يختلف من عنصر لآخر، ومعلوم أن التعريفات ترتبط أيضاً بالزمن إذ أن مفهوم الخبر يختلف من عصر لآخر، فمفهومه في القرون السابقة ليس هو المفهوم الذي نطلقه عليه في القرن الحادي والعشرين، ومع ذلك فإن صعوبة حصر تعريف خاص للخبر لا يعني أن نهمل الموضوع وبالتالي سيولد ذلك خلطاً بين مفهوم الخبر ومصطلحات أخرى مرتبطة به أو قريبة منه، مثلاً الخلط بين مفهوم الخبر وعناصره وكذلك بين أسس تقييم الخبر أو شروط نشره من ناحية ثانية، ومن الخطأ من يعتقد بأن تعريف عناصر الخبر كافية لإعطاء تعريف عنه، إن مفهوم الخبر في اللغة العربية هو ما يحتمل الصدق والكذب، وهذا المعنى اللغوي الصرف يعطي مجالاً للتضليل والتأويل كونه يخضع مفهوم الخبر لاحتمال الصدق أو الكذب بينما إن الخبر لابد أن يكون صادقاً لكيلا لا يفقد قيمته الخبرية، فالمفهوم المتبع للخبر يختلف من ساحة لأخرى وإقصد هنا يختلف تبعاً لاختلاف الثقافات العالمية، فمفهومه في البلدان المتقدمة ليس هو في البلدان الاشتراكية ولا هو المفهوم في البلدان النامية، وهذا التباين يجعل من الصعوبة تحديد تعريف جامع للخبر لكنه ربما تعود تلك المرجعية إلى تعدد الثقافات من مكان لآخر، (د. محمود منصور هيبه، الخبر الصحفي وتطبيقاته، الاسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب، 2007، ص 5)، ولقد كتب الكثير من خبراء الإعلام والصحافة في تناولهم لتعريف الخبر، وقدموا تعريفات عديدة، فبالعض قال الخبر هو سر الأحداث وآخرون قالوا وصف لحادثة وقعت لها زمان ومكان معينين، وأيضاً هو كل ما يثير انتباه الناس ويشدهم، وغيرها من التعريفات، ورغم تناول الكثير من المؤلفين العرب للخبر وفي مقدمتهم عبد اللطيف حمزة، يبقى التعريف الغربي له حضور في المؤلفات العربية لكنه لم يسيطر على الفكر العربي ويمنعه من إعطاء تعريفات عديدة عن الخبر، فالغربيون اتفقوا في واحد من أهم التعريفات بالرجوع إلى

كلمة "news" وتعني رموز الاتجاهات الأربعة حيث المعلومة تتدفق من جميع الاتجاهات وهو بلا شك تعريف فيه بلاغة، ويشير إلى هامش الحرية الممنوحة في بلدانهم أو إلى حقوق الإنسان في الإطلاع على الأحداث من أي مكان دون معوقات، ويقول عبد اللطيف حمزة في تعريف الخبر بأنه أهم مواد الصحيفة تهتم القراء من جانب وتهتم الصحيفة من جانب آخر، في إشارة إلى رغبة القارئ للإطلاع على المعلومات وأيضاً لأهميته في رفد الصحيفة بالموارد المالية، (محمود حمزة، مصدر سابق، ص 6)، ويعطي الخبير الإعلامي العراقي محسن حسن تعريفًا للخبر بأنه نقطة شروع الصحفي بالفنون الصحفية وباكورة عمله وهو أيضاً البداية الأولى لتذوق الفن الصحفي والتواصل بممارسة التحقيق والتقرير والمقابلة والعمود والمقال (محسن حسن، محاضرة عن الفنون الصحفية في وكالة الأنباء العراقية، 2001)، ويعرفه الدكتور محمود علم الدين: بأنه تقرير آني سريع عن الأحداث المفاجئة، يحتوي على العناصر السياسية للحدث في تركيز واقتضاب، ولا يقدم الإجابة الشافية عن كل الجوانب وعادة ما تنشرها الصحف في صدر صفحاتها الأولى كنوع من أبرز متابعتها لتطورات الأخبار الراهنة.

الخبر في كل تعريفاته هو وصف لحدث يحظى باهتمام كبير من قبل الناس، وإن هذا الخبر هو (تقرير لحدث وليس الحدث ذاته) (د.كاظم المقدادي، مجلة تواصل، العدد 33 في 10 نيسان 2009، ص 41)، وحسب توصيات فاروق أبو زيد فإن أفضل تعريف للخبر في البلدان النامية هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته، (د. فاروق أبو زيد مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، ط 1998، 2، ص 155، ويعرفه إبراهيم أمام بأنه أحد أحداث اليوم التي ستصبح تاريخاً للغد، ويختار عبد الستار جواد تعريفاً خاصاً للخبر بأنه شيء لا تعرفه من قبل، شيء نسيته أو أنك لم تفهمه، (عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، 2000، ص 62)، واتفقت بعض المدارس الغربية على إعطاء تعريف للخبر بأنه منتج ووجهة نظر في إن واحد، وهذا التعريف يقترب في كثير من تعريف عبد اللطيف حمزة كما ورد سابق من حيث الغرض الذي جاء من أجله الخبر في التعريف، وعرفت هيئة الإذاعة البريطانية bbc الخبر بأنه معلومات حديثة تنقل بأمانة ودقة عن أحداث جارية أياً كان نوعها وفي أي مكان من العالم تقارن بمعلومات أساسية أخرى نقلت بأمانة ودقة وجمعت على شكل خبر واختيرت بموضوعية ولكن دوناً موازنة مصطنعة أو دافع أساسي أو تزويق تحريري من قبل الصحفيين المحترفين في نشرة أخبارية لأنها ممتعة ومهمة أو لأنها تناسب جمهور القراء من وجهة نظر صحفية، وتقدم بموضوعية ودوناً خوف مع مراعاتها للقانون والقواعد الخاصة بهيئة الإذاعة البريطانية فيما يخص الذوق ومستويات التحرير، ويرى جواد من استعراضه تعريفات آخرين للخبر بأنه ليس هنالك

خبيراً متكاملًا ولكن ذلك لا يشكل خطراً على العملية الإخبارية ما دام ثمة مفهوم عام متعارف عليه بأنه كل ما يثير اهتمام الناس (عبد الستار جواد، المصدر السابق، ص 65)، واستخلاصاً للآراء التي وردت في تعريفات الخبر وإن كان جميع الخبراء والمختصين اتفقوا على أنه ليس هنالك تعريفاً ثابتاً، فإن تعريف الخبر من وجهة نظرنا انطلاقاً من الاجتهاد بحكم التجربة المهنية والأكاديمية هو "المتغير من الاحداث في التفاصيل والزمان والمكان وجمهور المتلقي والطبيعة الخطابية للمؤسسة الاخبارية التي تتناوله بشرط أن يتوفر في ذلك القيم الاخبارية"، إن موضوع تعريف الخبر قد يجده البعض أمراً هيناً ولكنه في الواقع يمثل غاية الصعوبة إذا ما توصلنا إلى حقيقة مفادها بأن الخبر يمثل بأكورة عمل الفن الصحفي بكافة اطيافه، لقد قرانا لكثير من المؤلفين والمهتمين بالخبر الصحفي خاصة في البلدان النامية ومنها منطقتنا العربية، فوجدنا ان نسبة عالية من هؤلاء وقعوا بخطأ الاندماج بالواقع الغربي، عند تعريفهم للخبر وسواء أكان النظام السائد في بلد عربي أو مشرقى نظاماً ليبرالياً فإنه ليس من الضروري ان تطبق كافة مفاهيمه على نظام ليبرالي اخر في دولة متقدمة بمعنى آخر إذا قلنا ان النظام في العراق نظاماً ليبرالياً صرفاً فهذا لا يعني هو نفس النموذج الليبرالي السائد في الولايات المتحدة، وهذا لا يخضع مطلقاً للسياسات أو القوانين السياسية التي تدعو لذلك، فالعالم الثالث له واقعاً خاصاً به حتى لو اختلفت الانظمة السياسية والقوانين الخاصة بكل بلد لكن يبقى شيئاً مهماً ان واقع البلدان النامية متقارب من حيث الظواهر العامة ومن هذا المنطلق أصبح لزاماً على من يقدم تعريفاً للخبر ان ينظر للواقع العام وان لا يكرر الخطأ السابق بأن ما يطبق في الغرب بالامكان تطبيقه بالعالم النامي، ولم نجد مؤلفاً غربياً قدم تعريفاً للخبر من زاوية مشرقية مطلقاً، بل ينظر له من زاوية تجسد الواقع الغربي، وإذا ما تدبر خبراء الإعلام في البلدان النامية أمرهم وتندروا لهذه الأشكالية فأنهم بالكاد سوف يصيغون نظرية خاصة في علم الخبر، وعند ذاك ستكون دراسة مفهوم الخبر في البلدان النامية إطاراً حيويّاً لأي دراسة تتناول فن التحرير الصحفي.

ثانياً: الخبر - النشأة والتطور:

من الخطأ أن نربط تاريخ الخبر بنشوء المطبعة في العصر الحديث، فالخبر له حضور فاعل بين الناس منذ نشوء وتطور الحياة الاجتماعية بمفهومها الانساني، وإن كانت الآليات مختلفة عما سارت وما هي عليه الآن، وقد مر الخبر بمراحل عدة في طريقة التعامل به من قبل الانسان، لأنه مهما اختلفت الآليات فإن الخبر يبقى معلومة يتم تداولها من قبل أشخاص مهتمون في نقلها واشاعتها بين الناس لتشكل هواية ومصدر رزق لهم، ومن ضمن المحطات التي مر بها الخبر والمخبرين كما كان يطلق عليهم ان كثيراً من الناس عملوا مخبرين لدى السلاطين والنبلاء وأصحاب الثراء، فكانوا مصدراً للمعلومات

الخاصة والعامة ومن ضمن شروط العمل في هذه المهنة إن كثيراً من أصحاب الجاه والثراء وكبار القوم يفرضون على المخبزين حصر الأخبار التي يحصلون عليها بهم ودون تداولها في المجالس العامة، وبالتالي فإنهم يشترونها بأثمان ليست رخيصة بشكل دوري وثابت وتكون إما شفوية ولكنها في الغالب مكتوبة على جلد الحيوانات والواح الطين والخشب ليتم تداولها من قبلهم في المجالس الاجتماعية، كما تشكل عندهم حافزاً معنوياً يميزهم عن غيرهم من الجالسين والمستمعين لهذه الأخبار، حيث يشتهر ذلك الزمن القديم برواية القصص الجديدة والغريبة، وتميزت الكتابة الخيرية بتوثيق مآثر الرجال من الملوك والسلاطين والوعاظ ومواقفهم في الشجاعة والرجولة والكرم بالإضافة إلى توثيق المعارك والبطولات التي تتحقق، لذلك عندما نقول إن كانت أدوات بسيطة لكنها أيضاً ضمن شروط وسياقات عمل وضوابط تفرض على العاملين فيها الالتزام، ويعود ربط الخبر بالمطبعة انطلاقاً من أهمية الأخيرة في نشر الخبر والفنون الصحفية الأخرى وتقديمها للقارئ بشكل طبيعي فرض على البعض أن يتصوروا وهما يتأخر ولادة الخبر إلى زمن قريب، وركز الكثير من الكتاب والمختصين على الموضوع ليكون الأمر في نصابه الحقيقي وفك الارتباط غير الصحيح ما بين الخبر والمطبعة، ويمكن إجمال مراحل نقل الأخبار بما يلي:

المرحلة الأولى: الخبر المسموع، وهي مرحلة تميزت بمسميات عدة منها المرحلة السمعية أو الصوتية في تبادل الأخبار، فكان الخبر ينقل عبرها بطريقة شفوية عندما كان الإنسان يستخدم الأبواق في إشارة للإعلان عن الأخبار السارة والمحزنة سواء بمناسبات تنصيب الحكام الجدد والزواج والختان والولائم الاجتماعية الكبيرة، أو حالات الوفيات للحكام والمسؤولين وغيرها.

المرحلة الثانية: الخبر المخطوط أو المرسوم، وهي مرحلة اشتملت على خاصيتين لنقل الأخبار الأولى منها تميزت بالكتابة الصورية، ومعروف أن حضارة وادي الرافدين هي أقدم الحضارات التي علمت البشرية الكتابة (المسمارية) الصورية، من خلال النقش على جدران القصور والمعابد والمقابر، أما الثانية منها فتميزت بالكتابة على الجلود والورق، ولما كان العراقيون على سبيل المثال هم أصحاب فكرة الكتابة قبل غيرهم من الأمم فإنهم اكتشفوا صناعة البردي من القصب الذي تشتهر به أرض العراق في المناطق الجنوبية منه لتنتقل هذه الحرفة البسيطة إلى أقوام ودول أخرى، استخدم الورق آنذاك كأفضل طريقة لتوثيق الأخبار والمعلومات المتداولة وعدت تلك تطورا هاما في العملية الإخبارية.

المرحلة الثالثة: عرفت بمرحلة الكتابة المطبوعة عندما اكتشفت المطابع في منتصف القرن الخامس عشر في أوروبا من قبل يوحنا جوتنبرج، فأعطى ذلك دفعا كبيرا

للهوض بواقع المهنة الصحفية التي أصبح لها شكل صحفي واضح وملحوس وسهل عملية نقل الأخبار إلى أبعد مكان وأتاح المجال لأكثر عدد من القراء إلى جانب ما توفره الطباعة من اختصار بالوقت لطباعة أكبر كمية من الأخبار بتكاليف أقل مما كانت عليه في المراحل السابقة، وفرضت هذه المرحلة واقعاً جديداً من الحرفية الصحفية حيث طغت مرحلة الطباعة الخيرية على من سبقها من مراحل الطباعة المسموعة والصورية، ثم ان هذه المرحلة ساهمت إلى حد كبير في بروز قضية التعليق الخبري، بعد ما كان الخبر يتقل بطريقة أولية أو مادة خام كما يقال، ولقد مرت مرحلة الصحافة المطبوعة بظروف وتحديات قاسية بفرض ضرائب باهظة عليها للحد من تناميها بشكل أكثر فاعلية لأسباب أبرزها:

1. انفتاح الجمهور عليها وكثرة الاطلاع وتنامي الوعي لديهم ما يهدد مصالح أصحاب السلطة.
2. رغبة الكثير من أصحاب الثراء والمناصب الإدارية البقاء على الصحافة المستنسخة واحتكار المعلومات الإخبارية بهم.
3. طباعة أكبر عدد من الصحف في المطابع بوقت قصير ساهم إلى حد كبير من سهولة حصول الإنسان البسيط على الجريدة في وقت كان ليس سهلاً أكتنازها.

وبرغم تلك التحديات فإن الحاجة الإنسانية الملحة للمعلومات كلما تقدم عقرب الساعة باتجاه الحياة العصرية دفع إلى أن تؤسس ثقافة جديدة بين الناس من بسطاء وأغنياء وأصحاب جاه وسلطة، تستند إلى مرتكزات وأرضية تسهل من فرص ظهور الصحافة المطبوعة ومن هذه:

1. بروز الطبقة البرجوازية بأوروبا الذي تزامن مع عصر الاستشكافات الجغرافية وبداية الثورة الصناعية وحركة الاستعمار، فساهمت تلك العوامل إلى تنامي النشاط الاقتصادي والمالي على صعيد دولي، فدفعت للحاجة بأصدار صحف تسهم في الإعلان عن التطور بمجالات الحياة المختلفة مثل البورصة والأسواق التجارية وأسعار البضائع وغيرها.
2. ظهور الفكر الليبرالي للطبقة البرجوازية وانحسار دور المؤسسة الدينية، وعكست هذه الفترة رغبة الناس في الأدلاء بأرائهم الحرة وتبادل المعلومات دون قيود، بالإضافة إلى تطورات أخرى شملت نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
3. تطور خطوط سكك الحديد على صعيد عالمي ساهم إلى حد ما في وصول الصحيفة لأبعد مكان بالعالم، وشجع هذا الأمر إلى رغبة الناس في دول عدة للصحيفة والرغبة بشرائها وقراءة أخبارها.

4. ظهور مكاتب البريد في نهاية القرن الخامس عشر وبداية السادس عشر- وانتشارها أسهمت في رواج الصحف بين مختلف دول العالم، سيما بعد أن سهلت تلك الخدمة طريقة وصول الصحف للمشاركين بانتظام، (د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009، ص 52 - 55).

ثالثاً: التغطية الإخبارية:

وهي العملية الإعلامية التي يحصل من خلالها المندوب والمراسل الصحفي على معلومات عن التفاصيل والتطورات المتعددة لحدث ما أو واقعة أو تصريح أو أي سؤال يتبادر إلى ذهن القارئ أو المستمع والمشاهد وغيره، ويبدأ بعملية التقييم المهني للمعلومات ومن ثم تحريرها بأسلوب صحفي وفي قالب صحفي مناسب، (أحمد موسى قريعي، ضمير الصحافة، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2008، ص 34 - 36) إن الأهمية القصوى للخبر لا تعني إطلاق العنان دون قيود للمنافسة من أجل الحصول عليه بلا مسؤولية، أو التزام محدد، فإذا كانت المهارة ضرورية للوصول إلى السبق الإخباري والإعلام به وسط هذا التنافس المحموم بين الوسائل المتعددة، إلا أن هنالك ضرورة التمسك بالقيم والشعور بالمسؤولية لإقامة جسور من الثقة بين الصحفي وجمهوره من القراء، ومن هنا فالصحافي لا بد أن يتسلح بالصفات الآتية:

1. معرفة يفرضها التخصص العلمي الدقيق الذي هو سمة العصر الجديد.
2. مهارة تميزه وتدفعه إلى مقدمة الصفوف الأولى في مطبوعته.
3. قيم تجعله محل ثقة جمهوره من قراء الصحيفة أو المجلة.

كما أن التطور التكنولوجي جعل الصحيفة مطالبة بعدم الاقتصار على ربط القارئ بمنطقته حصرياً، بل عليها أن تحطم الحواجز وتنقل لقارئها ما يحدث في العالم، والأساس في ذلك كله: (الخبر) للمساهمة في التقريب والربط وإحداث التعارف من أجل إسعاد الناس وزرع الابتسامه على شفاههم.

إن المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق المندوب أو المراسل الصحفي خاصة ليس ان نطالبه عند كل خبر بالتقيد بضوابط المحدثين من ضبط وبرهان وتبين وتثبيت من جهات متعددة:

1. قائل الخبر.
2. مضمونه.
3. والآثار المترتبة عليه.

فهذه الضوابط محدّدات سلوكية يجب الأخذ بها بشدّة في أمور العقيدة، أما الخبر الصحفي الذي يصل المتلقي عبر وسائل اتصالية متعددة، بالتزامن مع وقوعه أو على الأقل فور وقوعه لا يمكن أن نطبق عليه هذه المقاييس حتى لا نفقد عامل السرعة، ونصبح مجرد متلقين لهذا الانفجار الإعلامي (siebert fred s, Theodore Peterson, Wilbur shratun ,four theories of the press, urbana,university of i linnois press, 1956.) . ووسط هذه التغطيات الصحفية لا بد من التركيز على نوعين من التغطيات الاخبارية:

أولاً: التغطية الاخبارية من حيث اتجاه المضمون وتشمل:

1. التغطية المحايدة: وهي التغطية التي يقدم فيها الصحفي الحقائق فقط، أي أن تكون على شكل قصص اخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي، والتحيز اي يعرض الحقائق الاساسية أو المعلومات المتعلقة بالموضوع من دون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر.
2. التغطية التفسيرية: وهي التغطية التي يجمع فيها الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسير إلى جانب الحقائق الاساسية للقصص الاخبارية بغية تفسير الخبر أو شرحه خدمة للقراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة، وتقدم كل التفاصيل وتتضمن وصف الجو العام المحيط بالحدث أو وصف المكان أو الأشخاص، وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد الذي وقع فيه الحدث، وتحليل الاسباب والدوافع والنتائج والآثار المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والاحداث المتشابهة وعقد المقارنات.
3. التغطية المتحيزة أو الملوثة: ويركز الصحفي في هذه التغطية على جانب معين من الخبر، وربما يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع، وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه التغطية هو تلوين أو تشويه الخبر، ويستند الصحفي في تغطية الاخبار على المراكز والعناصر الآتية:

- أ. المراقبة والملاحظة: تشكل الملاحظة والمراقبة من أبرز الأمور التي يوليها الصحفي أهمية قصوى في التغطيات الاخبارية الجيدة، لذلك يرغب الصحفيون في مشاهدة الاحداث بأنفسهم حين يكون ذلك ممكناً لكي يصفوها بدقة للجمهور، ويستخدمون في ذلك حواسهم في موقع الحدث.
- ب. البحث عن المعلومة: يميل الصحفيون إلى جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات والتفاصيل عن الحدث لأنهم كلما تفحصوا في المعلومات اصبحت لديهم صورة

واقية وواضحة عن الموضوع الذي سيتحول إلى قصة اخبارية لاحقاً، والصحفي في جمعه للمعلومات التي تتعلق بخلفية القصة الاخبارية التي يغطيها أدوات بحث أساسية يستخدمها، منها أدوات الصيغ التكنولوجية المتقدمة للأدوات الأساسية لمهنة الصحافة مثل سجلات الاسماء والعناوين وأرقام الهاتف وكتب المعلومات السنوية والموسوعات والخرائط وقواعد البيانات والتقارير ومحركات البحث وغرف المحادثة ولوائح البريد الالكتروني بالإضافة إلى مكتبة المؤسسة الإعلامية وربما الآن يوفر موقع الكوكل google فرصة ثمينة لمعرفة تفاصيل أي موضوع.

ج. المصادر وهي المصادر الأولية والمصادر الثانوية: والمصدر الأولي يعني إجراء مقابلة صحفية مع شاهد عيان مباشر عن وقوع الحادث، أو أن الصحفي هو ذاته اطلع على التفاصيل أو وثيقة أصلية تتعلق بذلك الموضوع، وأما المصادر الثانوية، فهي المصادر التي لم تكن شاهدة عيان أو ليس لها تماس مباشر بالحادث كما هو الحال في الجزء الأول من المصادر، فصدور بيان من دائرة الاطفاء يتحدث عن اخمد حريق في سوق شعبية كبيرة يعتبر غير مباشر في حين الشرطة الذين حاولوا انتشال جثث الضحايا جراء الحريق مصادر مباشرة للقصة الاخبارية، (أحمد موسى قريعي، ضمير الصحافة، مصدر سابق، ص 34-36).

ثانياً: التغطية الاخبارية من حيث توقيت حدوثها:

1. التغطية التمهيدية: والمقصود هنا قيام الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع حصوله ورصد وقائعه قبل حدوثها، وهذه تسمى يطلق عليها بالتغطية التمهيدية لأنها سبقت وقوع الحدث وهي تحتاج لصحفي يملك رؤية ومهنية عالية.
2. التغطية التقريرية أو التسجيلية: وهي التغطية التي تقوم بتوثيق وقائع الحدث عند حصوله بشكل دقيق، ويقوم الصحفي بربط التفاصيل التي كتب عنها في التغطية التمهيدية مع تفاصيل الحدث الآتي عند وقوعه ليعطي تغطية شاملة للقارئ.
3. تغطية المتابعة: وهي التغطية التي تشكل وظيفتها جانب المتابعة للحدث وتوثيق كل تفاصيله وتطوراتهِ ومستجداته التي كانت في البداية عبارة عن توقعات ليكون القارئ معها باستمرار، (د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 139).

رابعاً: مكونات الخبر (هيكلية الخبر)

الخبر عبارة عن جسم متكامل الأجزاء لا يمكن فصل جزء منه عن باقي الأجزاء الأخرى، كونه وحدة متكاملة، وفي كل جزء منه تعبير عن معلومات ضرورية يصعب التنازل عنها، وبالإمكان التشبيه ما بين الخبر والإنسان من الناحية الهيكلية، فإذا كان الاسم عند الإنسان يعني العنوان في الخبر، فإن صدر الإنسان هو المقدمة في الخبر، وأما الجزء الذي يبدأ من الصدر حتى نهاية منطقة الأطراف السفلى في الإنسان يمثل أكبر منطقة في جسم الإنسان فإنه يمثل في الخبر التفاصيل أو جسم الخبر، وهكذا يستمر التشابه حتى الخلفية في الخبر التي هي مادة إرشيفية لها علاقة مباشرة بتوضيح المعنى الحقيقي لمفهومية الخبر أو لها ارتباط زمني سابق وكذلك ارتباط زمني مستقبلي تدعم مسألة توضيح المعنى الكامل للخبر عند القارئ أو المستمع أو المشاهد، والتي تمثل نهاية الأطراف أو الأقدام التي يستند عليها جسم الإنسان عندما يكتمل الوقوف، ووفقاً لهذا التشبيه كما نلاحظ فإن كل منطقة أو جزء من الهيكل لها أهميتها في إعطاء المعلومات، بحيث تكون منطقة الجسم الوسط بالإنسان أو التفاصيل بالخبر هي الأكثر اتساعاً قياساً لغيرها ولكن هذا لا يعني مطلقاً التنازل عن العنوان أو الاسم، وأي خبر سواء كان في الجريدة أو التلفزيون أو الإذاعة أو على الإنترنت وإن تباينت طرق تحريره تبعاً لنوعية الوسيلة الاتصالية، فإنه لا بد أن يكون متكاملًا في أجزائه وبحصول التكامل يعني أنه قد أجاب على الأسئلة الاستفهامية كاملة، ودون الإخلال بواحد منها بدءاً من العنوان حتى الخاتمة، ومن أجل الدخول بتفاصيل واضحة لأجزاء الخبر يستدعي الأمر البدء بكل واحدة منها حسب التسلسل وكما يلي:

(1) العنوان:

من المعروف بأن العنوان يحتل موقع الصدارة للخبر، لكنه في حقيقة الأمر هو آخر ملسه تحريرية يقوم بها الصحفي عند كتابته للخبر والانتهاء من موضوع أعداد الخبر ليكون جاهزاً للنشر، ورغم ذلك فهذا لا يعني أن نضعه في آخر مرحلة بالعكس هو يحتل مكانه الطبيعي في الخبر بدليل أن الصحفي لا يمكن أن يتناول حدثاً ما لكتابة خبر عنه دون أن يضع له في ذهن عنوان افتراضي، والبعض من المختصين يعرف العنوان بأنه "الواجهة التي تعتلي على مضمون الخبر" ويمثل العنوان المدخل للخبر ويأتي مجسداً للمقولة "الموضوع واضح من عنوانه"، بمعنى أن يستوحى معناه من محتويات المقدمة تحديداً، وهي واحدة من وظائف العنوان إلى جانب منع الخبر شكله الحقيقي، ووظيفة العنوان الشكلية تشبه إلى حد كبير العينة التجارية (commercial sample)، فالخبر يشبه بالإنسان الذي يبدأ بالاسم يقابله في الخبر العنوان والرأس الذي يقابله المقدمة

والجسم وتعني هنا باقي تفاصيل المعلومات ومؤخرة الأطراف السفلى التي يقف عليها الجسم تقابلها خلفية المعلومات الأرشيفية التي يعتمد عليها الخبر وكما جرى التركيز على هذا التشبيه في مجال آخر، ومن أبرز عناصر العنوان التي يركز عليها المحررون الصحفيون هي:

- أ. إبراز واقعة في الخبر
- ب. إبراز عنصر في الخبر مثل عنصر الشهرة
- ج. إبراز فقرة جذابة ومؤثرة في الخبر

- شروط ومواصفات العنوان الناجح:

1. جذب انتباه القراء
2. تلخيص أو تحليل الموضوع، بمعنى معبراً عن مضمون الخبر
3. يجسد الانطباع العام للموضوع
4. يكرس أسلوب الصحيفة
5. يوفر مادة أساسية لتصحيح الصفحة (طبوغرافيا)
6. يجسد شخصية وهيبة الصحيفة أو الإذاعة أو القناة التلفزيونية
7. يرتفع بالايجاز إلى أعلى مستوياته الفنية
8. يساعد في بيع الجريدة أو شد جمهور المستمعين أو المشاهدين إلى الموضوع
9. يلبي حاجة قراء العناوين فقط
10. يخلق في ذهن القارئ أو المشاهد أو المستمع صورة أولية عن الموضوع
11. الأجابة عن الأسئلة الاستفهامية

- توصيات للمحررين بأمعان النظر في الخطوات الآتية عند كتابة العناوين وهي:

1. الأرقام من واحد إلى تسعة ترد كتابة وما يزيد عن ذلك يكتب أرقاماً.
2. تجنب الكلمات الاصطلاحية والبالية
3. تناول الفعل المعلوم خاصة في العناوين التي تقدم معلومات واقعية (factual)
4. تجنب حشد الكثير من المعلومات في العناوين
5. تجنب استخدام المختصرات
6. تجنب ذكر الضمائر في العناوين ويستعاض بدلاً عنها بأسماء الأشخاص
7. تجنب ذكر الأماكن إلا في حالة كونها مهمة وبارزة
8. تجنب استخدام العناوين التي تثير الرعب والهلع بين الناس

9. تجنب استخدام الأسئلة خاصة في العناوين الإخبارية القصيرة وليست المانشيتات (د. رفعت عارف الضبع، الخبر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011، ص 246-253)

-أنواع العناوين: تقسم العناوين بحسب طبيعتها الى:

أولاً: من حيث الشكل:

1.العنوان الرئيسي head line

ويتركز في الصفحة الأولى أو في أعلى تبويب الصفحات وعلى رأس الموضوعات الطويلة، وما يميزه كبر حجم حروفه التي يتفنن فيها المصممون باختيار انواع الخطوط مثل الرقعة والنسخ والثلث او الحروف الاعتيادية وغيرها، ويقسم إلى:

أ. المانشيت: ويمثل أبرز الفقرات المهمة للخبر ويعطي خلاصة الموضوع وغالباً ما يكثر استخدامه في الصفحات الأولى، وبعض الصحف تستخدم أكثر من مانشيت قد تصل إلى ثلاثة مانشيتات حسب أهمية الموضوعات التي تحفل بها الصفحة الأولى.

ب. العنوان الممتد: Spresd

وهو يقع على أكثر من عمود لكنه لا يصل إلى اتساع العنوان الرئيس، حيث يستند هذا العنوان على مدى استخدام المخرج الفني اسلوب الإخراج الأفقي.. ويستخدم على عمودين أو أكثر وهو من أكثر العناوين استخداماً في صفحات الجريدة.

ج. العنوان العمودي vertical

وهذا النوع من العناوين يأتي عكس سابقه الممتد ويطلق عليه عنوان المجموع حيث يقوم على الإخراج الرئيس (العمودي) وميزته انه يحتل عموداً واحداً من اعمدة الصفحة.

2. العنوان الجانبي:

ويحتل المرتبة الثانية بعد العنوان الرئيس ويأتي مكملًا له ويجب أن يكون حجمه أصغر من حجم العنوان الرئيس، وهذه واحدة من الإجراءات الفنية أو التصميمية التي يلجأ لها المخرجون ويجب أن لا يزيد عن سطر واحد.

3. العنوان الفرعي أو الثانوي Read out

وهو العنوان الذي يأتي مكملًا للعنوان الرئيس (المانشيت) في حالة عدم اتساع المساحة لطرح الأفكار كاملة، وغالبًا ما تأتي هذه العناوين مع التقارير الاخبارية أسفل المانشيتات لزيادة التوضيح لحقائق التقرير ولكنها تنقسم لسطرين أو ثلاثة سطور.

4. عنوان الفقرات أو "الثابت" C ONSTANTS

إن هذا النوع من العناوين يسبق فقرة من فقرات الخبر المطول وأن وجوده جاء لتأكيد نفس الوظائف التي يؤديها العنوان الرئيس، بمعنى أن العنوان يأتي بكلمات قليلة فوق الفقرة يكون مرتبطًا بها ارتباطاً وثيقاً من حيث المعنى، ويستخدم هذا النوع في الابواب الثابتة مثل الحديث والتحقيق والتقرير الاخباري أو الاعمدة الخاصة مثل اعمدة الرأي الثابتة وهو يمثل مكاناً معيناً في صفحات الجريدة، (د.عمران الهاشمي المجدوب، التحرير الصحفي علم وفن، الدار الاكاديمية للنشر والتأليف والترجمة والنشر طرابلس، 2008، ص 78-79).

ثانياً: من حيث المضمون:

1. العنوان المباشر: هو نوع من العناوين التي تحاكي القارئ بشكل مباشر وتشعره وكأنها تخاطبه أو موجهة إليه شخصياً.
2. عنوان التساؤل: يطرح هذا العنوان أبرز ما تحتويه القصة الاخبارية على صيغة تساؤل، ولكن يأتي بالاساس مع التقارير الاخبارية ويستهدف تحريك غريزة القارئ ودفعه للمتابعة حتى معرفة الاجابة الحقيقية لأسباب الموضوع، وقد يكون للتحليلات المعمقة في التقارير دوراً مهماً في ذلك.
3. عنوان الجملة المقتبسة: ويسمى بعنوان التعليق ويقوم على اختيار المحرر لاحدى الجمل القوية الواردة في الخبر، وهذا العنوان يرتبط بعنصري الشخصية والحدث أو الاجابة على أدائي الاستفهام ماذا، من.

4. العنوان ذو العبارة القوية المتفجرة: ويستخدم هذا العنوان مع الاخبار التي تتناول أخباراً ساخنة ويأتي العنوان بصيغة عبارات تصريحية أو بيانات ورسائل هامة، على عكس الصيغ الاخبارية.
5. العنوان الملخص: وهو العنوان الذي يلخص مضمون الخبر كله وإبراز أهم ما يتضمنه الخبر لجمله وصفية لفكرة الموضوع.
6. العنوان الساخر أو الطريف: يأتي هذا النوع من العناوين مع الاخبار الطريفة والمسلية خاصة التي غالباً مع ترد في الصحف الأسبوعية أو صحف الفن والثقافة والمنزل.
7. عنوان التناقض: وهو نوع من العناوين تقوم على التناقض بين حالتين (حالة جديدة - حالة قديمة) أو التناقض بين لفظين متضادين، ومثال ذلك (العراق يعلن حاجته لأمريكا وينفي مساعدته لـ إيران).
8. العنوان الوصفي: ويعتمد هذا العنوان على عنصر الوصف لحقائق الخبر الواردة، ويختص هذا العنوان باختيار الكلمات القوية والبارزة عند القارئ ويجيب على الأداة ماذا وكذلك كيف ولماذا.
9. العنوان المؤكد: ويختص هذا العنوان بتأكيد حقيقة الخبر أو رأي أو معلومة بأسلوب خبري وأكثر ما يأتي مع التقارير الاخبارية لسعة مجالها في العرض الاخباري.
10. العنوان المفسر (الموضح) ويتناول هذا العنوان وظيفة الشرح والتفسير للاحداث في الخبر وهي وظيفة مهمة خاصة في الاخبار المطلوبة والتقارير الاخبارية التي تخدم توضيحات هامة للقارئ، (د. رفعت عارف الضبع، الخبر، مصدر سابق، ص 246-253).

- تحرير العناوين:

بالنسبة للسياسة التحريرية التي تتبني تحرير العناوين الاخبارية مسؤولية ليست سهلة وليس كل الصحفيين أو المحررين بإمكانهم القيام بها، فالعنوان هو أحد أبرز المسائل التي توليها المؤسسات الصحفية أهمية بارزة لانه يمارس مهمة سفير للجريدة أو الشاشة أو حتى الأذاعة في كسب عاطفة الأطراف الأخرى وبخاصة الزبائن من القراء والمستمعين والمشاهدين، وانطلاقاً من ذلك يتم تخصيص محررين ماهرين وذات كفاءة عالية لصياغة العناوين، وبعض الصحف والمؤسسات الصحفية أكثر ما يعنىها قضية العناوين الاخبارية، خاصاً في عصرنا الحاضر الذي يشهد نمواً مضطرباً في مجالات الاعلام والاتصال وتنافساً شديداً فيما بين الوسائل الاعلامية لحجز مقعد خاص في ساحة الجمهور والاقتراب منه، والعناوين الاخبارية مثل أسماء الأشخاص أو الأماكن، فالاسم الرنان أو

صاحب المدلول المأثور يشد الآخرين للاقتراب منه والتعرف عليه، ومن قواعد دقة العنوان:

1. أن يتجنب الكاتب عند اختياره للعنوان إعطاء الإجابات المتسعة أو التي تكون غير مؤكدة، أو تلك التي تتناسب مع أهوائه و تكون بعيدة عن واقع الخبر.
2. إن العناوين العامة التي تحمل مضامين غير محددة لا تشد إنتباه القارئ، ناهيك أنها تحمله على عدم الإكثار بالخبر، وإذا كان الخبر يجيب عن الأسئلة الستة التي مر ذكرها، فإن العنوان لابد أن يجيب عن أحد هذه الأمور.
3. الابتعاد عن سياسة التهويل والتضخيم أو التقليل من أهمية الخبر.
4. أن يكون معبرا عن تعبيراً حقيقياً عن مضمون الخبر
5. أن يثير اهتمام القارئ ويدفعه الى شراء الجريدة أولاً ومن ثم قراءة الخبر ثانياً.
6. يكرس أسلوب الصحيفة، ويجسد شخصيتها
7. يلبي حاجة قراء العناوين فقط
8. يخلق في ذهن القارئ صورة اولية عن الموضوع
9. يحلل او يلخص الموضوع
10. يرتفع بالايجاز الى أعلى مستوياته الفنية، (د.عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مجدلاوي للنشر، عمان، 1999، ص 78)

- وظائف العنوان:

إن العنوان يحقق وظائف عدة هامة للقارئ والصحيفة وحتى الاذاعة والتلفزيون وحتى المواقع الاخبارية لوكالات الانباء وغيرها، عندما تقرأ العناوين وأن كان الأساس هنا هو الصحيفة التي ستكون معيارا للوسائل الإعلامية الأخرى، وبالنسبة للقارئ فإنه مجرد الإطلاع والقاء نظرة عابرة على عناوين الاخبار ستتولد عنده فكرة جيدة عن المضمون، وبالنسبة للصحيفة فهي الأخرى تبغي تحقيق وظيفة إعلامية وعليه فأنها تعرض على تناول عناوين اخبارها بشكل يتناسب واسلوبها الاخباري وطابعها التبيوغرافي في إطار السياسة التحريرية التي تتبعها، ومن هنا يمكن تناول أبرز وظائف العنوان:

1. لفت نظر القراء أو المشاهدين والمستمعين إلى أهمية الخبر من خلال اظهاره وتبسيط الضوء عليه بطريقة إخراجية مثيرة، وبنفس مستوى التعقيم على الاخبار التي ترى سياسة التحرير إن أهميتها لا ترقى إلى مستوى التركيز.

2. مساعدة القارئ للصحيفة في حرية التنقل بين محتويات الصفحة وخاصة الأولى التي تتميز بتعدد العناوين.
3. المساهمة في البناء الهيكلي للصفحة في الجريدة لكونه عامل مساعد في عملية الأخراج وإحداث حالة من التوازن عند تبويب الصفحة بالتناسق مع بقية العناصر التيبوغرافية الأخرى والذي من شأنه يعطي عامل جمالي وجذاب للصفحة.
4. الإفصاح عن مضمون الخبر، فالعنوان بأي وسيلة إعلامية يساعد المتابع المتعجل له على الاحاطة علما بأهم دلالات وحقائق الخبر.
5. إضفاء الجاذبية على الصفحة وذلك باغراء القراء على شراء الصحف بنسبة كبيرة من أماكن بيعها، والأمر نفسه يتعلق بالنسبة للمسموعة والمرئية حيث أن العناوين ذات المضمون المؤثر تكسب المتابع للتواصل حتى سماع الخبر أو تدفع هذه العناوين وطريقة إخراجها لأن تكون جسر محبة وصدقة محبة ما بين المتابع والاذاعة أو التلفزيون، (د. عمران المجذوب، التحرير الصحفي علم وفن، مصدر سابق، ص 82).

2) المقدمة أو صدر الخبر:

هي عبارة عن جملة اجابات اولية تمثل وخزات معلوماتية جذابة ومشوقة تعطي القارئ أو المستمع أو المشاهد إيجازاً مفيداً عن الخبر دون أن تورد كل المعلومات، وعندما تحدثنا عن أهمية العنوان في الجانب الأخباري فإن المقدمة بلا شك تعد البداية والتمهيد للدخول في تفاصيل الخبر، وتزداد أهمية الخبر الذي تسبقه مقدمة مفيدة وهادفة، ويصفها خبراء الإعلام والاتصال بأنها الاستهلال للدخول لجسم الخبر، والمقدمة الناجحة هي التي تشد القارئ لمتابعة التفاصيل الأخرى من الخبر، وعليه فانه من اللازم على المحرر أن يصيغ المقدمة في كلمات محددة وقليلة وأن لا يضح كل المعلومات فيها لكيلا يفرط بالقارئ ويدفع به إلى الملل والهروب من تراكم الكلمات وازدحامها، بل لا بد من اعتماد الصياغة الذكية التي تكسب عاطفة القارئ وتقوده بأريحية من خلال ضخ معلوماتي سلس، أي فقرة تعقب فقرة، بحيث تجيب عن بعض من الأسئلة الاستفهامية المعروفة وليس جميعها وهو خطأ يقع فيه كثير من الباحثين، وأن من أبرز توصيات المختصين بالفتون الصحفية التحريرية هي أن لا تقل المقدمة عن تسع كلمات وأن مستواها الطبيعي هو 12 كلمة، لكن في حالات معينة، خاصة في الأخبار السياسية والاقتصادية والأمنية ذات البعد الدولي ربما تصل إلى 18 كلمة وعدا ذلك تكون قد تجاوزت الحد المقرر لها وتعدت للإجابة عن أسئلة استفهامية أخرى هي من حصة جسم الخبر، وفي الأخبار الالكترونية التي سيجري الحديث بصدها في مجال آخر ربما لم تعد بحاجة إلى هذه القواعد التحريرية وخاصة صحافة المواطن أو الصحافة الشعبية التي بدأت تشيع بشكل متنامي بالوقت الحاضر، إن المقدمة تلبي شرطين أساسيين، كونها

تقبض على جوهر الحدث، وقداهن أو تتملق للقارىء، فالشرط الاول: يستلزم استخدام تفكير وذكاء محكمين ومنتظمين، أما الشرط الثاني: فيعتمد على مهارة المحرر وحرفيته، فالمحرر الصحفي الذي يتقن فن تحقيق هذين الشرطين لا بد أن يحقق نتائج تحريرية بارزة، (ميلفن مينتشر في كتابه "تحرير الأخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ص 67)، وكانت المقدمة حتى الثلاثينيات من القرن العشرين طويلة وتتراوح ما بين (60 - 100) كلمة وهي على شكل حشو من الكلمات الكثيرة التي تقلل من طبيعة التوازن في تسلسل الأفكار وتنظيمها، والسبب أنها تجيب عن ما يطلق عليها بـ "الشقيقات الخمس" وهي (من who) و(ماذا what) و(متى when) و(أين where) و(لماذا why)، ولاحقاً أضيفت إليها شقيقة سادسة وهي (كيف how)، كما هو الحال اليوم عندما أضيفت شقيقة سابعة، وتطرقنا لها في مجال آخر، كانت المقدمة طويلة تترك تفصيلات لا قيمة لها في جسم الخبر، وبحكم تطور الفكر الاتصالي والإعلامي على المحرر أن يختار الأجوبة عن أي الشقيقات الخمس أهمية وإثارة وتأثيراً في الخبر.

-التركيب المهني للمقدمة:

بعد الإطلاع على تعريف المقدمة والصياغات المهنية الواردة فيها، هنالك زوايا فنية خاصة ترد في المقدمة وتحتاج من خبراء الإعلام والصحافة والمحترفين الانتباه لها وتبسيط الضوء عليها، تلك هي التوليفة المهنية الجميلة التي تربط ما بين فقرتين أو أكثر خاصة في بعض المقدمات التي يطلق عليها بـ "المركبة"، إذ أن المقدمة التي يجب أن لا تتجاوز في أطول حالاتها 18 كلمة كما ذكرنا سابقاً تحتاج إلى توظيف فني في انتقاء أبرز الجمل التي تحويها وهي بالاساس منتقاة من الحدث الذي تجري عملية صياغته في خبر متكامل العناصر، فخير يجمع ما بين رئيس جمهورية وملك دولة حول قضية حدودية مضى عليها زمن طويل فيها ثلاث محاور وهي اللقاء الذي جمع بين الرئيس والملك أولاً، والازمة الحدودية الجارية بين بلديهما ثانياً، والابعاد التاريخية لهذا الخلاف الدولي الذي حتماً وصل الى أعلى المنابر الدولية مثل الأمم المتحدة ثالثاً.

إنما يمثل افضل مقدمة ان جاءت صياغاتها مترابطة ومحبكة، فلا يمكن جمع هذه المحاور الثلاث في مقدمة الا من خلال المحرر الناجح المتألق، ولا بد من إعطاء نموذج خبري يحوي على أكثر من محور في مقدمته وكما يلي:

الرئيس بوش يستغرب حذاء الزيدي الأعلى ثمنا بالعالم

وصف الرئيس الأمريكي جورج بوش رشقه بحذاء صحفي عراقي بأغرب موقف فيما سجل حذاء الزيدي الأعلى فمن بالعالم، وقال الرئيس بوش في مؤتمر صحفي مشترك عقده مع رئيس الوزراء العراقي نوري المالكي لم أجد الوقت الكثير للتفكير في أي شيء كنت انحنى إليه وأتفادي الإصابة، وأضاف بوش أن هذا الحادث هو أغرب موقف واجهته في ولايتي حيث كنت استعد للأجابة عن أسئلة صحفية حين وقف شاب ورمى حذاءه نحوي، وأردف بوش قائلا كان ذلك غريبا وكانت هذه طريقة تعبير مثيرة للاهتمام، ووصلت حمى الحذاء الى سياسيين ومجالس برلمانية ترددت فيها دعوات الاشادة، ودعا تحالف "أوقفوا الحرب" الى تظاهرة أحذية أمام السفارة الأمريكية في لندن، وتقدم حسن مخافة السعودي الجنسية برصد مبلغ 10 ملايين دولار مقابل شراء حذاء الصحفي منتظر الزيدي الذي ألقاه ضد الرئيس بوش ومن المنتظر أن يزيد ثمن الحذاء عن هذا المبلغ بكثير إذا ما عرض في مزاد علني.

-مواصفات المقدمة الناجحة:

ان افضل المقدمات الصحفية لا تكتفي بمجرد اشباع الفضول الاول للقارئ فحسب بل ولكنها تفتح شهيته للاستزادة من القراءة كما تقدم، وعلى المحرر الجيد أن يتأكد من أن مقدمته التحريرية تؤدي الوظائف الآتية:

1. ان تشد انتباه القارئ وتدفح به الى متابعة القراءة
2. ان لا تزدهم بالمعلومات حتى لا تشتت ذهن القارئ وتدفحه الى الملل
3. ان تكون ملائمة لمضمون الخبر، فلا يجوز أن تأتي مقدمة طريفة لخبر محزن
4. ان تركز على القاعدة الحقائق والمعلومات والبيانات
5. ان تأتي قصيرة وتحتوي على أهم الحقائق تطبيقاً للقاعدة الذهبية أفضل المعاني في أقل الكلمات
6. ضرورة الالتزام بمقدمة حقائق بعيدا عن ابداء رأي الصحفي (د. عبد العزيز شرف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للنشر، القاهرة، 2000، ص 155)

-أنواع المقدمات: تقسم الى عدة أنواع بحسب طبيعتها في الأخبار وهي:

1. المقدمة المباشرة: هذا النوع من المقدمات متعارف عليها لدى غالبية المحررين، حيث تتلائم مع معظم القصص الاخبارية، لكونها تتعامل مع طرح التساؤل بشكل مباشر.

2. المقدمة المقتبسة: هذا النوع من المقدمات يعتمد بالدرجة الأساس على اقتباس فقرة من فقرات التصريح للمصدر أو المسؤول المتحدث، لتوضع مقدمة للخبر، ومن ميزات ذلك عدم المرونة في التحرير فيلجأ المحرر لاختيار أقوى عبارة في التصريح لضمان نجاح المقدمة، والأمر الآخر إن هذه المقدمة لا تأتي إلا في الحالات التي يصرح فيها المصدر عبارة قوية والتي بالأمكان استثمارها مقدمة.
3. المقدمة الوصفية: وتستخدم هذه المقدمة في أخبار الحوادث مثل سقوط الطائرات والأمطار والزلازل والجرائم والقصص العاطفية، وتتناول إعطاء وصف دقيق لجو الحدث بحيث يحرص المحرر على أن يجعل القارئ أو المشاهد وكأنه حضر لحظة وقوع الحدث، وهي تعد من أفضل المقدمات التي يعتمد عليها المحررون الحرفيون، (د. رفعت عارف الضبع، الخبر، مصدر سابق، ص 236 - 237).
4. المقدمة الساخنة: وهذه المقدمات تكون عبارة عن جملة قصيرة تعتمد عنصر المفاجأة وحشد جميع عناصر الاثارة لشد الانتباه.
5. المقدمة الساخرة: ويستخدم نوع من المقدمات في الأخبار التي تتعرض للنقد أو السخرية حيال الأطراف الأخرى، خاصة الآراء والقضايا التي يريد أن يطرحها المحررون أمام الرأي العام بالسخرية من المعارضين أو المؤيدين لها ومحاولة تأنيبهم أو التقليل من شأنهم.
6. المقدمة التلخيصية: وهي المقدمة التي تتميز بأنها تلخص أبرز المعلومات في الخبر، ومن مزاياها أنها تساعد القارئ المستعجل في القاء نظرة عاجلة على مضمون الخبر، وكذلك تساعد المحرر في سرعة اختيار العنوان بسبب وضوح تفاصيل الخبر، إضافة إلى حذف أي جزء من تفاصيل الخبر دون أن يفقد الخبر قيمته وأكثر ما يناسب المقدمة التلخيصية ورودها مع قالب التتابع الزمني أو المعتدل لأنها توفر فرصة التشويق عند القارئ لمتابعة قراءة الخبر حتى الخاتمة والتي تأتي هنا استكمالاً للمقدمة أو ما يسمى بالاستهلال، (ميلفن ميتشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، ص 67)
7. مقدمة المجاز: وهي المقدمة التي تتضمن استخدام الكلمات بمعاني مجازية وليس معناها الحرفي مع المهارة في تخير العلاقة بين المعنى المجازي والمعنى الأصلي.
8. مقدمة التناقض أو المفارقة.
9. مقدمة الطرافة والغرابة: وهي المقدمة التي تتناول أخبار طريفة وغريبة على الناس وليس بالضرورة حدوثها كما هو الحال بالنسبة للأخبار السياسية والأمنية والاقتصادية والثقافية وغيرها مثال ذلك (امراة تلد اربعة توائم على شكل قروود) أو (رجل تسعيني يتزوج طالبة جامعية قبل يوم من تخرجها).

10. مقدمة التساؤل: وهي مقدمة تحاول ان تطرح المعلومات فيها بصيغة سؤال تكون الاجابه عنه في تفاصيل الخبر لاحقاً، وغالباً ما يتم استخدام هذه المقدمة في الموضوعات التي تثير جدلاً ونقاشاً مستفيضاً، وكذلك تعطي فرصة لأشراك القارئ في الحدث الذي يعرضه الخبر.
11. المقدمة الحوارية: هي نوع من المقدمات التي تثير صراعاً درامياً بين اطراف الخبر الصحفي متخذة موضوع المحاوره الاساس الذي يتحدث عنه الموضوع الصحفي، وتختار المقدمة الحوارية الألفاظ والعبارات القوية التي من شأنها تكسب عاطفة القارئ، ومن وجهة نظرنا فإن المقدمات أما ان تكون مباشرة أو متأخرة، ويوجد داخل هذين النوعين نماذج وأشكال عدة من المقدمات.
12. مقدمة المثل أو الحكمة: وهو نوع من المقدمات التي تعتمد أساساً على طرح الأمثال والحكم في المقدمة للتمهيد لتوضيح فكرة الحدث الذي يجري تناول تفاصيله الخبر لاحقاً، وهي من صنف المقدمات التي تأتي مع الأخبار المحلية والخفيفة، وتطبق المثل القائل "باب النجار دائماً مخلوع".
13. مقدمة الأمر: وهي من نوع المقدمات التي يستخدمها المحرر الصحفي في حالات معينة وهو يخاطب القارئ بضرورة فعل امر ما لجذب اهتمامه، ودفعه لمتابعة باقي فقرات الخبر للنهاية، وهذه المقدمة التي ترشد القارئ حول متابعة ارشادات معينة تخص حالته الصحية او الانسانية وغيرها.
14. المقدمة القنبلة أو المقتضبة: وهي من نوع المقدمات التي تأتي في بداية الخبر شبيهة بالقنبلة لقوة تأثير المعلومة التي تتناولها بحيث تسرق نظر واحساس القارئ أو المستمع لها، ولا بد ان تكون ذات عبارة مختصرة، ومثال ذلك (مقتل كبار خلية الامن العليا بسوريا بتفجير انتحاري).
15. المقدمة المبررة لفكرة أو زاوية: وهي المقدمة التي يتناولها المحررون بحسب حاجتها على شكل فكرة معينة تدفع باتجاه طرح افكار عديدة في الخبر تقود الى كثير من التوقعات التي تجعل القارئ في حالة ذهنية مشدودة نحو متابعة الخبر لنهايتها.
16. المقدمة المتأخرة: وهي المقدمة التي كان يقال عنها بأنها تأتي مع الأخبار القصصية والفنية الخفيفة، بمعنى لا تأتي مع الاخبار الطارئة والسريعة، وعادة ما تسعى مثل هذه المقدمات الى وصف المشهد، لكن مع تطور المهارات الصحفية أثبتت المقدمة المتأخرة بأنه يمكن استخدامها في جميع القصص الاخبارية بسهولة، فهي تتيح للمحرر الصحفي مجالاً أوسع للكتابة.
17. المقدمة المجدولة: وهي المقدمة التي تتناول احداث متعددة بينها ربط وتسمى عند كثير من المحررين العاملين في المؤسسات الصحفية بـ "المقدمة المركبة" كونها

تتعدى لأكثر من معلومة خبر، ومثال ذلك (اخترقت طائرة حربية سورية صباح اليوم الأجواء العراقية ولمدة ثلاث دقائق فيما يطال القصف الجوي مدينة البوكمال بالجانب السوري)، (د. رفعت عارف الضيع، الخبر، ص 235 - 241).

18. المقدمة المركبة: وهي المقدمة التي تتناول أكثر من محور لكونها تتعدى لطرفين في معادلة تكوين خبر مركب أيضاً ويصاغ على عدة قوالب إخبارية وهي المقدمة التي تأتي مع الأخبار السياسية والأمنية والفنية وتلائم معظم أنواع الأخبار لكن بشرط أن يحوي الخبر لأكثر من محور معلوماتي، (د. فاضل البدراني، بحث بعنوان صياغة المضمون في بيئة الإعلام العصري.. دراسة في المفهوم والتحول البيئي، المؤتمر العلمي الأول لكلية الإعلام بالجامعة العراقية، نيسان 2013).

-علاقة المقدمة بالخاتمة:

لا بد من التركيز على نقطة هامة في الصياغات الخيرية السليمة، التي تستهدف جذب القارئ إلى المتابعة والقراءة حتى النهاية، وهي ضرورة إيجاد ترابط وتلازم حقيقي ما بين المقدمة والخاتمة في المادة الصحفية مهما اختلفت أنواعها، مع التركيز على أهمية مراعاة ذلك عند إعداد الخبر، وقيمة هذا الترابط المهني تفادياً لأي نوع من أنواع الانفكاك يفسد الغرض المطلوب الذي من أجله تكتب المقدمات والخواتم، لتسهيل الفهم والاستيعاب لدى القراء.. ومن المسلم به أن تتضمن كل من المقدمة والخاتمة معلومات وتفاصيل وحقائق ذات اتصال وثيق بفكرة الموضوع والرأي المطروح فيه، والمقدمة هي التي تقود القارئ للانتقال إلى عناصر وتفاصيل مفيدة أكثر عمقاً ترد في متن المادة الصحفية بطريقة الاسترسال حتى تدفع بالقارئ للانتقال إلى الخاتمة، ولا يمكن فصل دور المقدمة عن دور الخاتمة، وكل فقرة منهما لها دور تؤول إليه وفائدة معلوماتية وسياق مهني ثابت لا يمكن إغفاله، وبالنتيجة فأن كل منهما يكمل دور الآخر، إن هذا الارتباط يتميز بفائدة لا يمكن إهمالها وهي أنه يجعل أجزاء الكلام بعضها آخذاً بأعناق بعض، فيقوى بذلك الارتباط ويصير التأليف حالة حال البناء المحكم المتلائم الأجزاء، (د محمد فريد محمود عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي، بيروت، دار ومكتبة الهلال، 2008، ص 207-208).

3. جسم الخبر أو المتن:

ويسمى أيضاً بتفاصيل الخبر التي تكون على شكل فقرات ربما تزيد عن ثلاث أو أربع فقرات، كل منها تعطي جزءاً من التفاصيل لتكشف عن طلائع الحدث وتساعد في إشباع فضول القارئ أو المستمع والمشاهد من المعلومات، وتشكل هذه الفقرات سلسلة

مترابطة مع بعضها البعض من حيث توضيح الفكرة في صيغة تحريرية مثالية تمتلك الكثير من الذوقية التي تدفع للمتابعة وتشكل جانباً من التشويق، وهذه الحالة تشبه إلى حد كبير اللوحة الفنية التي يتفنن بها الفنان حتى يعطيها الجانب الجمالي والمضمون الناجح، وجسم الخبر يأتي مكملًا ومحللاً للفكرة الموجزة التي جاءت بها المقدمة ونوه عنها العنوان الرئيس، ويتضمن مجموعة من الحقائق حسب ترتيبها وخطورتها أو حسب ترتيبها الزمني أو مزيج من الأحداث والوقائع، ويشكل هذا الجسم نسبة كبيرة قد تصل إلى 80% بالمائة من مكونات الخبر من حيث وضوح الفكرة وطرح المعلومات التي يحتاجها القارئ، ودرجت المدارس الصحفية منذ زمن طويل على اعتماد آليات استخدام وعرض أفكار الحدث في الخبر، باعتبارها أبرز مكونات الفنون الصحفية تتمثل في استخدام القوالب التحريرية.

وتعتمد أغلب المؤسسات الصحفية في وقتنا الحاضر على طرح المعلومة الأهم ثم المهمة والأقل أهمية منها حتى يصل بناء فقرات الخبر إلى الأقل فقرة منها من حيث الأهمية وصولاً للخاتمة، وتكون حسب قاعدة الهرم المقلوب (المعكوس) والتي سوف نتاولها لاحقاً حيث تقضي بسرد المعلومات أو الوقائع بترتيب تناقص أهميتها، فالأسلوب التقليدي المتبع في الصياغة الإخبارية الذي يقوم على أن يكون لكل موضوع مقدمة ووسط ونهاية، لا يتبع في عرض الخبر الصحفي، وسببه هنا أن الصحافة تعتمد على عنصر- الاثارة الذي يخاطب العاطفة أكثر من العقل (د. محمد حمد خضر، مطالعات في الاعلام، دار المريخ للنشر، ط2، الرياض، 1987، ص، 223) وهذه الآليات سيتم توضيحها في مجال القوالب الفنية لكتابة الاخبار وفق الآتي.

رابعاً: الخاتمة:

تمثل الخاتمة جزءاً مهماً من أجزاء الخبر وبدونها يكون الخبر مهتوراً من حيث المعنى المعلوماتي رغم أن الكثير من المحررين وحسب سياسة بعض المؤسسات الصحفية التي تنتهجها لا يتناولون الخاتمة عند صياغة الأخبار، وطبعاً يعد ذلك قصوراً في الصياغة التحريرية، لأن حذف أي جزء يعني أنك سلبت حقاً من حقوق القارئ أو المستمع أو المشاهد، وتعريف الخاتمة هو الجزء الإخباري بطبيعته الأرشيفية الذي يجيب عن تساؤلات المقدمة، وعلى سبيل المثال عندما تذيع فضائية الشرقية العراقية خبراً بأن الرقم الحقيقي لعدد الضحايا من الطلاب في انهيار مدرسة الفارس العربي الابتدائية هو 20 طالباً، وتذكر التفاصيل فإن على رئيس تحرير النشرة أن لا يغفل أهمية الخاتمة التي تكشف تفاصيل أولية عن الرقم السابق لعدد الضحايا وهي على الصيغة الآتية (وكانت مدرسة الفارس العربي في الفلوجة تعرضت لانهيار أحد صفوفها الأحد الماضي وتسبب في

مقتل واصابة 20 طالبا) أو بصيغة أخرى (ذكرت الانباء بأن 50 طالبا سقطوا بين قتيل وجريح جراء انهيار أحد صفوف مدرسة الفارس العربي بالفلوجة الاحد الماضي)، فالخاتمة ذات قيمة إخبارية هامة بالنسبة للكثير من الناس الذين فاتهم الاطلاع على هذا الخبر عند نشره في وقت سابق، لكن بالطريقة التي يرد فيها الخبر دون المرور بالخاتمة انما يمثل اقتطاع حق طبيعي من حقوق الناس ويسمى بـ "الخبر المبتور".

خامسا: الأسئلة الاستفهامية:

أن الأخبار والتقارير الإخبارية عبارة عن أسئلة معدة مسبقا وتحتاج لإجابات بفضول صحفي نابع عن رغبات وحاجات الناس وفضولهم الجماعي، وينتظر من المراسل أو المندوب أو المحرر الصحفي أن يكون ملما بهذه الصفات الإعلامية ومعبرا عنها بأحاساس أنساني، ومن ذلك الأسئلة الاستفهامية التي هي (من who) و(ماذا what) و(متى when) و(أين where) و(لماذا why) و(كيف how)، لكن بعض خبراء علم الاتصال والأعلام وجدوا بضرورة اعتماد الأسئلة السبعة دون البقاء عند الأسئلة الستة المعمول بها سابقا بإضافة السؤال (كم) لأن كثيرا من الاجابات ترد دون الانتباه الى مبعثه السؤال الذي هو (كم how) فمثلا كم بلغ عدد المدنيين العراقيين المصابين بالأمراض السرطانية جراء استهدافهم بمواد كيميائية في حربي الفلوجة الأولى والثانية في نوفمبر 2004؟ وكم هي أعداد الآثار العراقية التي سرقت من قبل قوات الغزو والاحتلال الأمريكي للعراق مطلع 2003؟ وكم هي قيمتها الحضارية؟ وكم هي أعداد البضائع التي سرقت من متجر في سوق "العربي" بوسط بغداد أثناء نشوب حريق جراء سقوط صاروخ أمريكي مجهول عام 2008؟ وفي جانب آخر مهم يتعلق بالأسئلة الاستفهامية، فإنه في ظل التطور التقني الذي أخذ يتنامى في الفضاء الإعلامي أصبحنا نفتش عن اجابة دائمة للسؤال (كيف how) سيما بعد أن تفاعل الخبر الالكتروني مع الناس، وأفقد الخبر بالصحيفة أهميته وبات يطلق عليه بـ "خبر الأمس" وفي عصر السرعة المتسارع لا يمكن للقارئ أن ينتظر 24 ساعة حتى تصدر الصحيفة لكي يتابع قراءته للأحداث كما كان معمولا به سابقا، فلجأت ادارات الصحف الى ايجاد صيغ جديدة لا تبعدهم عن قراءهم ذلك باللجوء الى صيغ التفسيرات والتحليلات للأخبار والبحث عن ما هو جديد تتوفر فيه الدقة والمصداقية لتعزيز قيمة المعلومة ومن مصادر عدة على حساب المصدر الواحد لذا يرى خبراء الإعلام بأن تكرار السؤال (كيف) لا بد منه في هذا العصر وهو سمة الصحافة العصرية المطبوعة، وهذا التنافس بين الخبرين الالكتروني والصحفي يعيدنا الى مسألة التنافس بين أخبار الجريدة اليومية التي تعد جديدة على حساب أخبار المجلة التي ينتظر منها أسبوع حتى تصدر، وتلجأ الى أسلوب الأخبار التحليلية لتعويض النقص الحاصل

ودون التفريط بقراءها، والخبر الجاهز هو الذي يعطي إجاباته الوافية على الأسئلة الاستفهامية الآتية:

أولاً (من): من الذي يلعب الدور الأول في وقوع الحدث؟ واجابة هذه الاداة تفرض اولوية على المحرر بالاختيار لتكون دائماً في حلقة الصراع مع شقيقاتها الاخريات، حيث تتساءل عن بطل الحدث الذي يأتي في عنوان ومقدمة الحدث، ومثال ذلك:

- اذا عض كلب رجلاً فليس من أهمية للخبر لكن اذا عض رجل كلباً فإنه يكون على قدر من الأهمية وعند التحرير تمثل الأداة (من) عنوان ومقدمة الخبر.
- من قام بتأجيج الوضع في تونس وتحويل المظاهرات الى ثورة.

ثانياً (ماذا): ماذا حدث؟ اعتبر الممارسين وخبراء الإعلام إن الأداة (ماذا) تمثل جوهر الحدث، لأن ترتيبها المنطقي ان تكون في البداية دائماً حتى ان الممارسين لمهنة الاخبار ان هذا بالامكان تطبيقه في اخبار وكالات الانباء التي تتطلب الاختصار وطرح ما هو أبرز أهمية في البداية أي الاهم ثم المهم ثم الاقل أهمية، انطلاقاً من ضغط العمل وتواصل الكتابة على حساب الوقت، بعكس الصحف التي يتطلب من المحرر التأني والاسترسال والابداع بسبب توفر الوقت الكافي الذي من شأنه ان يمنح المحرر فرصة الحصول على المعلومات انكافية، ومثال ذلك:

- اختطاف طائرة مدنية من قبل جماعة مسلحة.
- اقالة مسؤول بسبب ارتكابه جريمة فساد مالي وإداري.

ثالثاً (متى): وتعني زمن وقوع الحدث؟ لا تحتل هذه الاداة (متى) حلبة الصراع والمنافسة مع شقيقاتها في الاحداث الطبيعية، وفي اغلب الاحيان تأتي في المرتبة الاخيرة أو ما قبلها من اجابات الاستفهام، لكن في بعض الحالات ترد في المرتبة الاولى من المقدمة خاصة عندما يشكل عنصر الوقت ذات أهمية لا يمكن اغفالها، ومن أمثلة ذلك:

- غدا توزيع المتحة المالية لطلبة الجامعات والمعاهد
- بعد ساعة من الزفاف عريس يموت بحضن عروسته
- مع أول تكبيرة لاذان الفجر تبدأ أميركا هجومها المسلح ضد العراق.

رابعاً (أين): وتعني مكان وقوع الحدث؟ تدل هذه الاداة على مكان وقوع الحادث، وهي بحكم اهميتها غالباً ما يأتي موقعها في الاجابة عن الاستفهامات، واكثر ما يميز الاداة (أين) اداة اخرى هي (ماذا) فهما عنصران مترابطان فاذا حددت الاجابة عن (اين) المكان أو الموقع فإن الاداة (ماذا) تعطي اجابته تفسيرا لما حدث في ذلك المكان أو الموقع، ومن امثلة ما نقول:

- في مجلس الامن تقرر ايقاف الحرب العربية - الاسرائيلية
- من قمة برج بغداد اقدم رجل متهور على الانتحار.
- من بغداد اعلن الزعماء العرب تقديم مساعدة عاجلة لفلسطين المحتلة.

خامساً (لماذا): تستهدف خلفيات ما وراء الحدث؟ وتركز هذه الاداة على سبب الحادث وربما تأتي في بعض الحالات في المقدمة لتكشف اسباب الحادث وهي تحمل مميزات التشويق والمتابعة لقراءة الخبر حتى نهايته، وتلقي اجابة هذه الاداة الضوء على الغموض الموجود في الحدث من خلال الكشف عن الاسباب ونوعيتها وماهيتها، ومن أمثلة ذلك:

- بسبب النفط، فإن الاستعمار الحديث عاد لاحتلال العراق عام 2003.
- بسبب معاداة الاسلام فإن الغرب لم يترك العالم الاسلامي يمارس دوره في الحياة الطبيعية، (د.عمران الهاشمي المجدوب، التحرير الصحفي علم وفن، مصدر سابق، ص 103-105)

سادساً (كيف): تبغي معرفة تفاصيل الحدث؟، هذه الاداة ربما تتميز عن شقيقاتها بعدم تواجدتها في كل الاحداث، لكونها عنصر- تفسيري يشرح طبيعة وقوع الحدث، لكن عندما تفرز حادثة معينة تداعيات وتطورات جديدة متفاعلة ومؤثرة لدى الجمهور فإنه لا بد من اللجوء إلى الاداة (كيف) لاعطاء مزيد من الشرح والتفسير للحادثة وخلفياتها ويجب أن تكون في المقدمة، وفي الاحداث التاريخية السابقة تأتي هذه الاداة في مقدمة الخبر، واكثر ما ترد هذه الاداة في التقارير الاخبارية التفسيرية وفي الاخبار ذات الطبيعة السياسية والاقتصادية المهمة وفيها عمق مهم للتفاصيل يحتاجه المتابعون عن الحادثة، ومن امثلة ما نقول:

- بالارادة والعزيمة العراقية هزم الاحتلال الأمريكي وانسحب جيش الغزاة.
- بسبب انعدام الثقة فأن الاحزاب السياسية العراقية لم تلتقي في مشروع وطني لانقاذ البلاد
- من خلال صمود المقاومة فأن فلسطين نجحت بعضوية مراقب في مجلس الأمن الدولي، (محمد معوض، الخبر في وسائل الاعلام، مصدر سابق، ص 16).

سابعاً (كم): وتبحث عن الأعداد والأرقام التي تخص قيام وكميات البضائع وإعداد الضحايا وغير ذلك؟، وتجب هذه الاداة (كم) عن كميات وإعداد المواد والبضائع التي تباع في السوق او المستوردة أو المصدرة، وتأتي في بعض الحالات في المقدمة، وفي الغالب تأتي مع الأخبار التي تتناول جانباً من التفسيرات حول الأحداث وكذلك عن الاقيام، ومثال ذلك:

- كم بلغت كميات النفط العراقي المصدر عبر تركيا خلال عام 2013.
- كم بلغ حجم الاستيراد العراقي من القمح الاسترالي خلال سنة 2012
- تجاوزت خسائر الجيش الامريكي البشرية في العراق عقب الغزو مطلع 2003 مائة الف قتيل وجريح.

والواضح انه ليس كل الأخبار التي يعدها المحرر أن تجيب عن الأسئلة الاستفهامية المذكورة، لكن يتوقف على مهارة الصحفي في توظيف إجاباته على أكثر عدد من الأسئلة بدءاً من المقدمة والتفاصيل والخاتمة، وعموماً فأن الأخبار غالباً ما تجيب عن الأسئلة الأولى، في حين تتناول التقارير الاخبارية معظم الأسئلة السبعة، بل ويتم تكرار السؤال (كيف) لتوضيح مزيد من التفسيرات التي تحتاج إلى اتساع عدد فقرات التقرير الاخباري بغية اشباع رغبات القارئ من المعلومات والتوضيحات نظراً لأهمية الموضوع عنده،(د.فاضل البدراني، محاضرة عن الفنون الصحفية القيت على طلبة قسم الصحافة، كلية الاعلام الجامعة العراقية، 2011).

المبحث الثاني: الطبيعة المهنية لصناعة الاخبار:

أولاً: أنواع الأخبار

ان الأخبار المفيدة هي التي تفرض نفسها على صفحات الصحف الأولى او ما تسمعه في بداية النشرة الاخبارية عبر المذياع أو الفضائيات أو في أعلى صفحة الشبكة

العنكبوتية "الانترنت"، وعلى سبيل المثال الأخبار السياسية والأمنية المضطربة التي نتابعها في هذه الوسائل الإعلامية عن أحداث الربيع العربي في تونس ومصر وسوريا واليمن وليبيا وغيرها، مهمة للغاية وتنطبق عليها مواصفات الأهمية من حيث عامل الزمن واثارة الجدل ومن حيث تأثيره الكبير وقرب الحدث من مكان القراء والمستمعين والمشاهدين، ويحتاج المجتمع الى المعلومات المتعلقة به في الحال لأنه يؤثر على حياة الناس اليومية، وفي جانب آخر من أنواع الأخبار فأن حدثاً يتعلق بفنان تعلم العزف الموسيقي من دون ان يختلط بأحد الأساتذة بهذا المجال الفني هو خبر يشيع فضول الناس ويتعلق بشخص بارز كما انه خبر غير عادي من المتوقع ان يتحدث عنه الناس في جلساتهم الا انه لا يوجد سبب يدفع باتجاه نشره أو إذاعته في يوم معين، وهذا يجعله من موضوعات الاخبار الخاصة، وتوجد لدى الكثير من المؤسسات الإعلامية والصحفية أخباراً من هذا النوع فتلجأ الى اصدار ملاحق او برامج خاصة لتغطية هذه الانواع الإخبارية الخاصة مثل اطباق الطعام والفنون المتعددة والسفريات واخبار المنازل وغيرها، ولا يشكل الموضوع الهدف الوحيد الذي يفرز الاخبار السياسية عن المقالات الصحفية الخاصة، ففي معظم الحالات تكتب الاخبار الاساسية والمقالات أو الموضوعات الخاصة بأسلوبين مختلفين، فالأخبار الأساسية تكتب عادة بحيث يحصل الجمهور على اهم المعلومات بأسرع وقت ممكن، اما كتاب المقالات الصحفية الخاصة فغالبا ما تكون بداية الموضوع برواية حدث أو مثال يهدف أساساً الى جذب اهتمام الجمهور، ما يعني ان الكاتب ربما يصرف وقتاً أطول قبل الدخول والتطرق للنقطة الاساسية، وتجمع بعض الاخبار بين هذين الاسلوبين، والأخبار التي لا تتأثر بعامل الزمن ولكنها تركز على قضايا هامة تعرف عادة بـ "المقالات الصحفية الإخبارية"، فالخبر الذي يتعلق بمعاناة العراقيين وصبرهم على التحديات البيئية جراء استخدام الغزو الأمريكي للعراق لمواد كيميائية سامة ومحظورة دولياً مثلاً هو مقال صحفي إخباري، اما الخبر المتعلق بتسجيل مائة حالة ولادة جديدة بتشوهات خلقية نتيجة تأثيرات الأسلحة المحرمة دولياً التي استخدمها الغزو الأمريكي للعراق منذ مطلع 2003 فهو يعد خبراً أساسياً والمقالات الصحفية الإخبارية وسيلة فعالة لاستكشاف الاتجاهات او المشكلات الاجتماعية المعقدة عن طريق رواية انباء أنسانية فردية بشأن كيفية تأثر الناس بها والتعايش معها من هنا نؤكد بان الاخبار تتوزع ما بين الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية والرياضية والفنية والأمنية والعسكرية وغيرها بحسب نوعية الاحداث المتعددة التي تواجه الناس يومياً، (ديبرا بوتو، دليل الصحافة المستقلة، مكتب برامج الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الامريكية، مؤسسة نيوزلاب، تشرين الثاني/نوفمبر 2006، ص 6 - 7) وهنالك تقسيم للاخبار حسب انواعها وسيتم عرضها بالتفصيل في مجالها المخصص لاحقاً.

ثانياً: مصادر الأخبار:

في العادة يحصل الصحفيون على الأخبار بأنفسهم مباشرة، ويحصلون على تفاصيلها من من آخرين عايشوها بصورة مباشرة أو من خبراء في الموضوع المتعلق بالخبر، ثم تتعزز تلك المعلومات أو الاخبار وتدعم بالأدلة من مصادر إضافية، بعد ان يتم التدقيق فيها بمقارنتها مع أدلة موثقة بالسجلات العامة أو التقارير أو الارشيف، لكن الجديد هو ان تجيب الاخبار أو المعلومات التي يجمعها الصحفي على الأسئلة التقليدية المتعلقة بـ "الأسئلة الاستفهامية"، وقد يسأل الصحفي هذه الأسئلة بعدة طرق مختلفة، ويتوقف على مدى تعقيد القصة الاخبارية، وبلا شك يعثر الصحفيون على الأخبار في أماكن عديدة مختلفة ولكن غالبيتها تنشأ عن واحدة من ثلاثة طرق أساسية وهي:

1. الأحداث التي تحصل بصورة طبيعية مثل الكوارث والحوادث
2. الأنشطة المخططة مثل الاجتماعات والمؤتمرات الصحفية
3. مبادرات وجهود الصحفيين.

أما بالنسبة لمصادر الأخبار التي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية في استقاء معلوماتها، وتزويد الجمهور بأبرز تفاصيل الأحداث التي تقع على مدار ساعات اليوم فإن من أبرزها:

1. المندوب الصحفي: يسمى ايضاً بالمخبر، وللمندوب الدور البارز في تنمية نشاط المؤسسة الصحفية أياً كانت تسميتها مرئية أو مسموعة أو مقروءة، لكونه من أهم المصادر الاخبارية، وربما تنفرد المؤسسة بقوة تأثير اخباري أو نفوذ اعلامي يأتي من خلال نشاط وكفاية عمل المندوب، وهذه المواصفات والانجازات لن تتحقق الا من خلال تفوق عمل المندوب بعمله وتفاعله الاجتماعي والمهني في بناء صداقات متينة طيبة مع مصادره المتعددة، وغالباً ما نتابع التفوق المتكرر لمؤسسة اخبارية على نظيراتها ما يجعل بينها وبين الجمهور علاقة صداقة، تأتي من خلال المعلومات التي ينفرد بها مندوبها في تغذية افكار الناس بها واشباع حاجاتهم وفضولهم، لذلك فإن المندوب هو البنية الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات الاخبارية في اي بلد بالعالم.
2. المراسل الصحفي: وهناك نوعان من المراسل الذي هو ايضاً واجهة اخرى للمندوب و كليهما يكمل الآخر في الجوانب العملية والمهنية، فالنوع الأول هو المراسل المحلي الذي يعمل داخل حدود بلاده الذي تعمل به مؤسسته الاخبارية، واما المراسل الخارجي أو الدولي فإن مجال عمله يكون خارج حدود بلاده أو خارج الحدود التي يقع فيه مقر المؤسسة وان كان هنالك بعض التغيرات التي حصلت في العصر-

الحديث الذي شهد تبدل الكثير من المفاهيم الاتصالية والاعلامية، وعلى اية حال فإن هذه الصفة تم التطرق اليها في مجال اخر من هذا الكتاب، لكن ما نريد ان نوكدّه ان طبيعة عمل ومواصفات المراسل لا تختلف كثيراً عن المندوب حتى ان بعض الدراسات والمؤلفين لا يفرقون بين الاثنين.

3. وكالات الأنباء: ان وكالات الأنباء هي الأكثر من غيرها كانت ولا زالت تتميز بانتشار مندوبيها ومراسليها في الداخل والخارج وتحدث خاصة عن وكالات الأنباء العريقة، حتى ان البعض يصفها طبيعة عمل المندوبين بخلية النحل التي تعمل في سبيل الوصول الى المعلومة واقتناصها بسرعة فائقة والقيام بصياغتها بما يسهل عملية الهضم الفكري عند الافراد والجمهور بغية اشباعهم من جوع المعلومات التي يحتاجونها بشكل متواصل، وربما كانت وكالات الأنباء استخدمت قبل غيرها من الوسائل الاعلامية لصفة المراسل وأسست سياقات عمله بتقاليد واعراف مهنية مفيدة ما جعل البقية تسير على نهجها الصحيح حتى في عصرنا الحالي الذي يشهد تقنيات اتصالية راقية.

4. الفضائيات: اصبحت الفضائيات بالوقت الحاضر من أكثر وسائل الاعلام التي تقدم خدمات اخبارية وترصد الوسائل الاخرى بالانباء والمعلومات وتعطيها فرصة الاطلاع على مزيد من التفاصيل والبيانات واصبحت تشارك بهذه الاهمية مع الانترنت كمصدر للمعلومات، وما يتعلق بجوانب اخرى عند وقوع الاحداث، و كنموذج لما نقول عندما تعقد مؤتمرات القمة العربية او اجتماعات مجلس الامن الجدولي او الامم المتحدة فانه ليس من السهولة على وسائل الاعلام ان تبعث مراسليها الى مكان الحادث، وبالتالي يترتب عليها متابعة الفضائيات التي تقوم بنقل حي كعادتها للوقائع والتركيز على كلمات الرؤساء والملوك او ممثليهم او وزراء الخارجية وتوفير فرصة الاطلاع من خلال التحري عن الكثير من المعلومات المتعلقة بالحدث، ومن هنا يمكن ان نرصد كثرة الشاشات التي تحتويها كل مؤسسة اعلامية في دسك التحرير عندها لكونها إما ان تكون مصادر اساسية لاخبارها او تمثل مفاتيح لاخبارها التي بالامكان ان تستعين مراسليها ومندوبيها عن الاحداث، لكن من المؤكد ان هذه الوسائل التي تكون تابعة واسيرة معلومات الفضائيات تعاني من الاستفادة من اللقاءات الجانبية مع المسؤولين وايضا كل ما يدور من أمور ربما لا ترصدها كاميرا الفضائيات المتواجدة..

5. الاذاعات المحلية والعربية والأجنبية: تشكل الاذاعات مصدراً ورافداً مهماً من المصادر الاخبارية التي ترفد الصحف والوكالات الاخبارية والصحف والمحطات التلفزيونية، بغض النظر عن التوجهات الفكرية التي تحكم طبيعة عمل الاذاعة ان كانت حكومية او حزبية او مستقلة، وتبعاً لتلك الاهمية لجأت وكالات الانباء

- والمحطات التلفزيونية والاذاعية والصحف الى انشاء اجهزة تنصت لاستلام وتسجيل ما تذيعه المحطات الاذاعية العالمية عبر أجهزة تسجيل دقيقة.
6. الصحف والمجلات والدوريات المحلية والعربية والأجنبية: نلاحظ في احيان كثيرة ان وسائل الاعلام الاخبارية تنفرد بخبر مميز يهم اكبر عدد من الجمهور، ويكون مصدره احدى الصحف والمجلات التي نشرته وبالتالي تكون قيمته الاخيرة عندما يتم بناءه من جديد من معلومات محدثة من مصادرها الخاصة، سواء يكون ذلك مع الرؤساء والملوك والزعماء او مع قادة الاحزاب ورجال السياسة الدوليين او مع صانعي الاحداث من المشاهير وكبار الشخصيات بالمجتمع.
7. النشرات التي تصدرها الوزارات والسفارات ومنظمات المجتمع المدني: تصدر عن الوزارات والمؤسسات والدوائر الرسمية والفعاليات الشعبية ومنظمات المجتمع المدني، نشرات ودوريات تمثل انشطتها المتعددة، وتعد من الامور المعلوماتية الهامة بالنسبة للوسائل الاخبارية لكي تقوم باعادة صياغتها وفق ما يتلائم مع رغبات الجمهور، بالتالي تكون مادة اخبارية ترجع الى مصادرها الحقيقية وهي النشرات.
8. الوثائق: في كل مؤسسة اخبارية هنالك قسم او شعبة للتوثيق وهي من الامور المهمة بالنسبة لكل كاتب خبر، حيث يرجع الصحفيون الى الوثائق لكتابة اخبارهم وتعزيزها بالمعلومات المفيدة ليكتمل البناء الفني للخبر، وبالوقت الذي تكون فيه الوثائق عامل مهم يعزز قيمة الخبر عند القراء والمستمعين خاصة في الرجوع الى لغة الارقام والاحصائيات وتفاصيل المعلومات الاخرى فان للوثائق اهمية قصوى تفيد في تنشيط وتعزيز قيمة الخاتمة، ولا يمكن لخبر يتم الكتابة عنه خاصة التقارير الاخبارية عن احداث سنوية ثابتة ان يكتب دون الرجوع الى الوثائق التي تعد مصدرا مفيدا لا يمكن تجاوزه، (د. عبد الرزاق الدليمي، الخبر في وسائل الاعلام، عمان دار المسيرة، 2012، ص 55-56)
9. المؤتمرات الصحفية: المؤتمرات الصحفية تشكل مصادر فعالة للاخبار التي تصرح بها الشخصيات الحكومية والشعبية والنقابية في حضور اكبر عدد من الصحفيين لشرح سياسة جديدة او سن قوانين او مناقشة قضية تهم الراي العام، وهي من مصادر الاخبار التي تلجا اليها المؤسسات الدولية كافة والفعاليات الاهلية والمتطوعة ولا يمكن اغفالها.
10. الحفلات والمهرجانات: هنالك الكثير من المهرجانات والاحتفالات التي تقيمها مؤسسات ومنتديات ثقافية واجتماعية واقتصادية وفنية ورياضية وطلابية وشبابية ونسائية ورجالية، وبدورها تكون هذه الانشطة المختلفة مصادر مفيدة للمؤسسات الاعلامية في نقل الكثير من الاخبار التي من شأنها تشكل مادة مقروءة لدى

الجمهور، وكلما تعددت هذه الحفلات والمهرجانات كلما شكلت زخما إخباريا تتناولها الوسائل الإخبارية.

11. البطولات الرياضية: عندما تقام البطولات الرياضية سواء على صعيد بطولات كأس العالم أو البطولات الأولمبية والأقليمية وكذلك البطولات على صعيد الدوريات الرياضية المحلية فإنها توفر مواد إخبارية تستعش فيها المؤسسات الصحفية وتبدأ تتلقف المعلومات والانباء لنشرها وتبثها على الجمهور، وعلى سبيل المثال بطولة كأس الخليج العربي فإنها واحدة من أبرز البطولات التي توفر الأخبار، وتضع لها المؤسسات خطة عمل خاصة بها لأجل التغطية بحيث تكون مصدرا فاعلا للأخبار.

12. كبار الشخصيات: تمثل الرموز من الشخصيات إن كانت سياسية أو اجتماعية أو عسكرية أو أمنية أو رياضية أو فنية خاصة رموز المشاهير والمبدعين أيضا واحدة من المصادر التي تندفع نحوها وسائل الاعلام ومندوبيها ومراسليها للحصول على المعلومات والتفاصيل حول انجازاتها والظروف التي تحيط بها وخططها واسرار نجاحاتها وتفاعلها مع الآخرين، كل هذه مواد إخبارية لا يمكن التغاضي عنها.. فرئيس الدولة أو الملك أو القائد أو زعيم الحزب أو رجل الأعمال البارز على نطاق دولي تجسد العنوان الذي نكتب عنه، وهي مصادر إخبارية.

13. أصدقاء وزملاء الشخصيات البارزة في المجتمع: ليس من السهولة أن تكون شخصيات كبيرة ورموز وعناوين بارزة متوفرة أمام الناس بسهولة، بل تجد لها لنفسها مكانا خاصا بها وتخيم عليها طقوس وبروتوكولات خاصة بها، ومثل هذه الشخصيات البارزة لا بد أن تخترق من قبل بعض الأصدقاء بحكم علاقات صداقة قديمة أو تعاون خاص أو ارتباطات اجتماعية معينة نومن خلالها الأصدقاء والزملاء للشخصيات بإمكان الصحفي أن ينفذ للشخصيات سبيلا للحصول على المعلومات التي تتميز بها مؤسسته عندما تنشرها، وعلى سبيل المثال فإن الوزير عندما يتحدث عن سياسة وزارته والخطط التي يقوم بها لتوفير خدمة عامه للناس أو عقد اتفاقيات مع وزارات نظيرة بدول أخرى فهي مفيدة جدا للنشر.

14. الشخصيات الخارجية التي تزور البلاد: عندما يزور وزير خارجية بلد معين بغداد فإن المندوبين والمراسلين ينتظرونه في مطار بغداد الدولي لأجل طرح الاسئلة عليه والحصول على معلومات عن سبب الزيارة، لذلك فالشخصيات الرسمية أو الشعبية البارزة التي تزور بلاد أخرى تعد مصادر إخبارية مهمة كونها تتحدث عن أمور ومعلومات تشكل مواد أساسية للمصاغات الإخبارية التي يهتم بها معشر الصحفيين لرغد مؤسساتهم بالانباء.

15. الأعلانات: تمثل الاعلانات مصادر للأخبار من خلال رفدها بالمواد الاعلانية الأولية ذات الطابع الإخباري، وكثيرا من مضامين الاعلانات تستخلص منها معلومات مفيدة

للناس من قبل الصحفيين لتبدأ عملية صياغتها وتقديم أخبارا، حيث أن الاعلان الذي يصدر عن مؤسسة خاصة بصناعة الاطراف البشرية ضمن مكان وزمان محددين تقوم الجريدة او المحطة الاذاعية او الفضائية بصياغته بأسلوب اخباري وبالتالي يشكل مادة تهم شأن الناس.

16. رسائل القراء: من الطرق المتبعة قديما ويتواصل العمل في عصرنا الحالي خاصة في الحقل الاعلامي هي استقبال رسائل القراء التي يبعث بها المتابعون حول احتياجات خاصة بمجتمعاتهم او مناطقهم تشكل مواد اخبارية مفيدة جدا تفرض اهميتها على المؤسسة الاخبارية بنشرها وفق الضوابط الاخبارية المهنية، وكما نرى في صفحات الجرائد وايضا تخصص لها برامج خاصة بالاذاعة والتلفزيون، وربما اليوم شكلت بنية جديدة فرضت نفسها على المؤسسات الاعلامية كما هو الحال في الانترنت عندما اصبح المواطن هو الصحفي الذي يقوم بنشر- الاخبار والتقاط الصور وراسالها عبر الانترنت أو المدونات أو نشرها في صفحته على احدى شبكات التواصل الاجتماعية مثل الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغيرها..

17. الشائعات: معلوم ان الظروف غير الطبيعية تشكل ارضا خصبة للتعامل بالشائعات، بعكس الظروف الطبيعية لدى المجتمعات حيث لا يمكن ان تداول الشائعات، وعندما تنشب حرب بين طرفين دوليين او مجموعتين متخاصمتين فان الشائعات تشكل نسبة عالية من المواد الاخبارية لدى اي مؤسسة اخبارية، والشائعة لها مصادرها التي تتحين الوقت المناسب لاطلاقها وهي بالتأكيد واحدة من المصادر التي يتم تداولها اخباريا ولكن بتوجس..

18. الانترنت: سواء شبكات التواصل الاجتماعية أو البريد الالكتروني، أو المواقع المتعددة، وبعد الانترنت من اهم مصادر الاخبار لكونه يتمتع بخاصية السرعة في الحصول على المعلومة وطرحها لأكبر عدد من الناس متجاوزا الحدود الجغرافية، لذلك فالانترنت اصبح اليوم أكثر من غيره من الوسائل الاعلامية انتشارا، وربما فاق الاذاعة والفضائية خاصة وان خدماته أصبحت رخيصة جدا وبإمكان اي شخص الاطلاع عليها بسهولة، (احمد موسى قريعي، ضمير الصحافة، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2008، ص 28 - 30).

19. مصادر أخرى: في أكثر الأحيان نجد ان أخبارا غير مخطط لها تنتقل الى صفحة الأخبار الرئيسية وتفرض نفسها على الناس متابعتها والتفاعل معها، فحادث سقوط صاروخ مجهول على منزل ويؤدي بحياة أفرادا مدنيين يصبح خبرا هاما ليس فقط وقت حدوثه بل لعدة ايام، ويتوقف نطاق التغطية جزئيا على قرب مكان وقوع الحادث والمتأثرين به، فحادث سقوط الكثير من الصواريخ المجهولة على منازل مدنية ومؤسسات حكومية قد لا يكون مهما جدا مثلما حصل لحادث سقوط صاروخ على مسجد في القصر الرئاسي باليمن اثناء صلاة الجمعة في حزيران 2011 أذ يعد من ابرز

الأخبار الرئيسية لأفء حادث تسبب بحالات قتل واصابات خطيرة لكبار مسؤولي الدولة باليمن ومنهم الرئيس علي عبدالله صالح آنذاك، وغالبية المؤسسات الصحفية تعتمد في استقاء معلوماتها من مصادر عدة من بينها أقسام الاعلام والعلاقات حيث تضم ما يسمى بـ "الدوار" او "الجدول اليومي" للأحداث الذي يتضمن النشاطات والفعاليات المتعلقة بالمؤسسة، فهي أنباء ليست جديدة بالنشر. لكنه توفر نقطة بداية جيدة ينطلق منها الصحفيون لمابعة تغطية أنواع معينة من القضايا أو المؤسسات، وبعض الصحفيين المتخصصين بمجالات معينة انهم كثيرا ما يحصلون على الأفكار لتغطية خبر ما من خلال القاء نظرة على جدول الاجتماعات المقبلة، (ديبر، مصدر سابق، ص 7).

ثالثا: صفات الخبر:

هنالك من يطلق على الدقة والمصداقية والموضوعية والصحة بانها عناصر الخبر، لكنها في حقيقة الامر صفات وهي تشمل على ما يلي:

أ. **الدقة والوضوح Precision and clarity:** وتعني ان تكون عملية نقل الخبر بامان ودقة تفاصيل بدون حذف وتزويق يخل بالواقعة او الحدث ودونها مبالغة يبعدها عن الحقيقة التي هي شيء مقدس بالنسبة لصناع الاخبار المحترفين، وخير للصحفي ان يتخلف عن نشر خبر غير دقيق من ان ينشر خبرا يعاني من خلل او تشويه المبالغة، حيث ان الأخبار التي تدور حول أحداث مفهومة وواضحة بالنسبة الى الجمهور ومعروف بدايتها ونهايتها، ولها أحداث محددة تكون اكثر قابلية للأذاعة أو النشر من غيرها وذلك لان الجمهور يقبل عليها ويتابعها بشكل كبير لانه يفهمها ومن هذه النوعية ((أخبار الانتخابات لانها تكون مفهومة وواضحة الاهداف)).

ب. **الصدق Honesty:** وهذه الصفة يطلق عليها الى جانب الدقة ايضاً بـ "الصحة"، لا بد ان يتصف الخبر بالصدق والصحة، بمعنى ان يقوم على وقائع صحيحة غير مصطنعة، لأن هذا الخبر يجعل الصحيفة عرضة للتكذيب وفقد المصداقية وثقة القارىء، لأن الخوف هنا من فبركات واساليب غير صادقة يلجأ اليها البعض من المندوبين والمراسلين خاصة في الاخبار الصحفية التي لا تحتاج الى صورة او ربما غياب الصورة فيها ليس بالامر الملزم، مثل خبر نشرته احدى وسائل الاعلام الامريكية مطلع العام 2000 بعثور لجان التفتيش التابعة للأمم المتحدة على اسلحة نووية في العراق تماشيا مع توجهات الادارة الامريكية التي ترغب في ذلك وبالنسبة ثبت عدم صدق الخبر الذي أتى بوقائع ملفقة بنهاية الامر وباعترافات من الفريق البحثي نفسه.

ج. الموضوعية Objectivity: هنالك رأي يقول ان الصحفي عندما يكتب خبرا يجب ان يكون انسانا ملائكيا ومجردا من كل الاهواء والنزعات الشخصية والمعادية، فلا بد ان يأتي الخبر متضمنا الحقائق الواقعية دون تشويه وتعريف وتشويه او تلوين، لأن للقاريء حق على الصحفي وهو يمثل امانة في اعناق جمهور الصحفيين ولأن المعلومة او مفردات الحدث هي حق من الحقوق الانسانية التي يجب ان تبقى على صورتها الحقيقية، ويعكس ذلك فان الامانة الصحفية فقدت وغابت عن مسرح الحقائق التي هي اساس الحياة النقية السليمة، (د.اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر، 2005، ص 18-19)، ويعد تطور مفهوم الموضوعية والنزاهة في الصحافة منذ قرن تقريبا كرد فعل على التغطية الاخبارية التي تهدف الى الاثارة بدافع الاهواء والاراء الشخصية، وهي طريقة التغطية التي كانت شائعة في معظم صحف تلك الايام، واستخدم تعبير الموضوعية أصلا لوصف نهج او اسلوب صحفي، بحيث يسعى الصحفيون الى تقديم الاخبار بطريقة موضوعية لا تعكس تحيز الصحفي نفسه او المؤسسة التي تملك وسيلة الاعلام، وتعد الموضوعية التي هي عكس الذاتية Subjectivity من اهم القيم الاخبارية وأصعبها في التطبيق في الوقت نفسه، حيث ان مجرد قرار اختيار قصة اخبارية معينة هو قرار باهمال قصص اخرى وهو ضد الموضوعية، ومع مرور الوقت اصبحت الموضوعية صفة مطلوبة من الصحفيين أنفسهم، لكن غالبية الصحفيين يقررون بان الموضوعية التامة مستحيلة، حتى ان الجمعية الامريكية للصحفيين المحترفين اسقطت في العام 1996 كلمة "موضوعية" من مدونة مبادئ السلوك الخاصة بها لانه من الصعوبة بمكان تطبيقها.

رابعاً: وظائف الاخبار:

ويمكن تحديد وظائف الأخبار لتشمل ما يلي:

- وظائف الأخبار:

(بالنسبة للأفراد)

1. مراقبة البيئة: (تجنب المخاطر التي تهدد وجود الإنسان واقتناص الفرص التي تكفل استمراره)، حيث تنوب وسائل الإعلام عن الجمهور في جمع وتفسير الأخبار بغرض مراقبة البيئة التي تحيط بهم لفهمها والتكيف معها.

2. الإثارة: فقد يتوجه البعض لمتابعة الأخبار بسبب الرقابة والملل، وهذا العنصر يتغير من يوم لآخر ومن شخص لآخر.
3. زيادة الإحساس بالمشاركة في الأحداث العامة: ويكون ذلك بسبب الاطلاع المستمر على مجريات الأمور أو يؤدي به إلى المشاركة السياسية.

- (بالنسبة للسلطة التنفيذية)

1. توجيه الأفراد نحو ما يراه النظام:
- أهداف ظاهرة مباشرة: المشاريع والقوانين والإنجازات.
- أهداف غير مباشرة: الدفاع عن سياسة الحكومة والدعاية لها.

2. تأكيد شرعية النظام.

خامساً: الاتجاهات الجديدة لكتابة الاخبار:

تقوم فلسفة الكتابة الصحفية على اعتماد الاساليب التقليدية عند كتابة الاخبار وتبدأ بالعنوان والمقدمة والتفاصيل وصولاً الى الخاتمة، ولكن هذه الصيغ اخذت تواجه تنافساً شديداً من توجهات صحفية معاصرة، ما جعل العديد من الصحف وباقي الوسائل الاتصالية الاخرى تخرج عن النمط التقليدي وذلك بسبب عنصر الاثارة الذي اصبح أمراً ضرورياً في الصياغات الاخبارية، وبحسب الاتجاهات الجديدة في الكتابة الاخبارية فإن الصحفيين منحوا هامشاً من الحرية لتقديم وعرض الاسئلة الاستفهامية المعروف (محمود فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى، الهيئة المصرية للكتاب، 1982، ص 78)، التي هي (من وماذا ومتى وأين وكيف ولماذا فضلاً عن السؤال الجديد وهو كم، كما يراه الباحث)، وهناك جدلاً ما يزال قائماً في موضوع اتساع المقدمة للاسئلة الاستفهامية، فيرى البعض ضرورة ان تفرض لها مكاناً في الفقرة الاولى من الخبر، بينما يرى اخرون غير ذلك، وانها ربما تتناول نصف الاسئلة او حتى اقل من ذلك وهو ما يتفق مع رأي المؤلف، لكن حتى لو لم تكن موجوده فهي مطروحة ضمناً، (د.اكرم فرج الربيعي، الصحة الاسلوبية في صياغة الاخبار، بغداد 2012، ص 59)، وبفعل التطور الحديث الذي دخل الى غرف التحرير الصحفي وكذلك التطور المحلوظ في مضمون التحرير الصحفي وفق رؤية المحرر لطبيعة الاسلوب المطلوب وظروف القارئ فإن الوضع تبدل مؤخراً ولم يعد فرضاً اجبارياً بتوفر جميع العناصر التي تجيب عنها الاسئلة الاستفهامية، واصبحت المقدمة مساحة متاحة يضمنها ما يرى فيه المحرر اهم العناصر الخبرية لكي يختار منه العنوان المناسب

الذي يجذب القارئ دون أية قيود على اختياره (عثمان عمير، كتاب الأسلوب، دوره في فن الكتابة الصحفية، شبكة الانترنت، الجزيرة توك، ج2، 2007، ص 2) ومن أبرز نماذج التطور في الصياغة الإخبارية التي أدت إلى اهتزاز كيان الأساليب القديمة ظهور قوالب جديدة في الصياغات الإخبارية وعلى سبيل:

1. قالب الساعة الرملية: وهذا القالب جاء بديلاً أو معدلاً لقالب الهرم المعكوس، ويبدأ بالطريقة العادية بعرض أهم المعلومات، ثم ينتقل بعد بضع فقرات إلى أسلوب السرد وعرض المعلومات حسب تسلسلها الزمني، وبتوضيح أكثر فإن هذا النوع من هيكلية كتابة الأخبار يتطلب نقلة نوعية بين الجزء الافتتاحي والقسم السردي في القصة الإخبارية، وغالباً ما يتم استخدام هذا القالب في المقالات الخاصة:
2. قالب (الماسة) حيث لجأ كثير من المحررين الصحفيين لهذه الهيكلية عند الصياغة الإخبارية والتي تعرف بالفقرة (اللب) أو الفقرة الأساسية لتوضح أسباب أهمية الخبر (ديبر، مصدر سابق، ص 27)، ويمكن تلخيص أهم الاعتبارات التي تخضع إليها الكتابة الإخبارية المعاصرة ما يلي:

1. تكييف اللغة مع متطلبات الخبر:

بما أن علم اللغة حسب صديق بن حسن القنوجي في كتابه (أبجد العلوم) بأنه "علم باحث عن مدلولات جواهر المفردات، وهيئاتها الجزئية التي وضعت تلك الجواهر معها لتلك المدلولات بالوضع الشخصي، وعما حصل من تركيب كل جوهر وهيئاتها من حيث الوضع والدلالة على المعاني الجزئية" فإن غاية هذا العلم هي:

- أ. التفنن في بالكلام وفضل طلاقة العبارة وجزالتها ووضع الضوابط والقواعد لاستحداث ما يحتاج إليه من مصطلحات وكلمات مؤداة.
- ب. الاحتراز عن الخطأ في فهم المعاني الوضعية، والوقوف على ما يفهم من كلام العرب، فمثلاً عندما كلمة (حكمة) وتعني معرفة أفضل الأشياء بأفضل العلوم، وكلمة (اختضر الشجر) وتعني قطعه أخضر... وهكذا، (عبد الجبار دوله، أبعاد غائبة، التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر مفهومها - مجالاتها - نتائجها، مركز الناقد العربي، دمشق، 2009، ص 81) ويتطلب في الصحة الأسلوبية لصياغة الأخبار التسلح بلغة سليمة، بحيث يتم تكييف اللغة مع تقنيات صياغة الخبر، لكن من دون الخروج عن ضوابط اللغة العربية السليمة وهذا يستدعي عنصريين آخرين هما:

- أ. توظيف الالفاظ المعروفة للقاريء او المشاهد.
ب. الاجتهاد في تباين الالفاظ والكلمات والتراكيب المعروفة لدى القاريء والمشهد.

2. الابتعاد عن الغموض في الصياغة الاخبارية:

ان الصياغة الاخبارية لاي حادثة تستوجب الوضوح في نقل تفاصيل الحادثة للقاريء او المشاهد، وان الفهم السليم يعكس الصورة الواضحة او الطريقة المثلى التي تمت بها طريقة العرض، وفي حال توفرت الضبابية والعشوائية فهذا يعني ان التأثير السلبي في الفهم ساد بقية اجزاء الخبر، وبالتالي لا يمكن تحقيق تصور واضح ومتكامل في ذهن القاريء او المشاهد والمستمع عن الحادثة التي وردت في الخبر، ويعزو البعض حصول الغموض او الضبابية الى سببين هما:

- أ. العجز لدى المحرر الصحفي في نقل التفاصيل بصورة واضحة عند حصول حادثة معينة ما يدفعه لاتباع واحدة من بين ثلاثة صياغات، وهي:

- انه يدرج كلمات لا تقول ما يعنيه
- انه يستخدم كلمات لا تقول شيئاً
- او يستخدم كلمات تقال للعرض فقط

3. عنصر الاقناع في الصياغة الاخبارية:

ان هذا الاسلوب يعتمد فن الاقناع، بصيغ بلاغية مؤثرة في الاخر، وتصل هذه الى التفريق بين ثلاثة اصناف كبيرة من الفصاحة اعتباراً لما نريد ان نقت عبه وهي:

- أ. الاقناع بالصحيح او بالخطأ
ب. الاقناع بالعدل او الظالم
ج. الاقناع بالنافع أو الضار

وتبقى مسألة الاقناع تعتمد بالدرجة الاساس على طريقة العرض متسلحة بلغة الحقائق، وباعتقادنا فان مهما بذل المحرر من جهد وتجميل للخبر من صيغ بلاغية لا يمكن ان ينجح ما لم يعطي على الاقل فقرة من الحقائق، (فيس عبد الحسين الياسري، وكذلك حميد جاعد محسن، الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، كلية الاداب، 1987، ص 19).

4. ترتيب الحقائق:

ومهما توفرت الحقائق عن الحادثة، فإن أفضل الصحفيين مهارة هو من يعيد ترتيب الحقائق التي بين يديه قبل نشرها أو بثها على الجمهور، فهناك حقائق أساسية وحقائق ثانوية، وينبغي أن يحدد الأولويات في الاستخدام وينقلها بتسلسل على انسجام مع أهميتها.

5. السياسة العامة للوسيلة الإعلامية وموقف القائم بصياغة الأخبار.

وتحدد هذه الفقرة في أربعة اعتبارات تتحكم في عملية صياغة الأخبار والتقارير الإعلامية وهي:

- أ. الحيادية والموضوعية
- ب. السياسة العامة للوسيلة الإعلامية وعما إذا كانت تقصد الاثارة أو تقصي الحقيقة والموضوعية في نقلها الإخباري.
- ج. مدى تأثير قوى أخرى خارج المؤسسة الإعلامية على سياساتها ومواقفها الحكومية مثل مراكز القوى والأحزاب ورجال الأعمال وضغوطهم باستخدام المال لتغيير مواقف وسائل الإعلام.
- د. توفر نوعية الحس لدى الإعلامي: أن كان إعلامياً مهتماً سياسياً أثناء معالجته للخبر، فالحصيلة النهائية للخبر ستظهر نوعية الحس والدوافع الحقيقية التي تعيش في ذهن المحرر الصحفي.
- هـ. القراء: وتعكس صيغة الخبر موقف المحرر الذي قام بصياغته النهائية، وهناك يكون للقاري دور في تقييم مستوى انحياز المحرر فيما تظهر ميول القاري وولاءاته حيال تفاصيل الخبر والطرف الذي ينتمي له.

6. طريقة التعبير اللغوي:

أن لهذه الطريقة تأثير كبير في تحقيق نسبة الاقناع، وفي اللغة العربية العديد من الأساليب اللغوية تستخدم عند العرض لقضية حدث ما، ولا بد أن يختار المحرر اللغة الخاصة بكل موضوع على أن تكون لغة فصلى سليمة تتسم بالسلاسة والفهم، فالجنس الثقافي يختلف عن الجنس الرياضي والسياسي وغير ذلك، (د. أكرم فرج الربيعي، مصدر سابق ص 69-72).

البحث الثالث

أنواع الأخبار وفقا لتقسيمات وهنية عدة

هناك عدة تقسيمات للخبر الصحفي، أفرزت عددا من أشكال الخبر وأنواعه، وتوزعت هذه التقسيمات وفقا لاعتبارات متباينة، منها مكان وقوع الخبر وزمانه وموضوعه وكذلك اعتبار الجهد المبذول في الحصول على الخبر، وطبيعة المادة التي يقدمها الخبر للقراء، وانطلاقاً من هذه المعايير بالأمكان تحديد الأنواع التالية للخبر:

أولاً: التقسيم الجغرافي:

ويقصد بذلك مكان وقوع الحدث الأخباري أو التقسيم الجغرافي للخبر كما يسمى أيضاً، وعلى هذا الأساس يوجد نوعين من الأخبار:

أ. الأخبار الداخلية Home News: وهي الأخبار التي تقع داخل نطاق المجتمع أو البلد الذي تصدر فيه الصحيفة، حيث يميز العنوان الخبر المحلي عن الخارجي، وكثيراً ما نلاحظ صحفاً وفضائيات وإذاعات ومواقع إخبارية تولى الخبر المحلي اهتماماً كبيراً نظراً لشعبيته الواسعة بين القراء، كونه يلبي حاجة هؤلاء القراء والمستمعين.

ب. الأخبار الخارجية Forjien News: وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، وتعني بالشؤون الخارجية الدولية، وصحيح أن كثيراً من الناس يهتمون بشؤون ومصالح مجتمعاتهم قبل غيرها، لكن هذا لا يعني مطلقاً أن مصالح الإنسان واهتماماته واحتياجاته تبقى مرهونة بالمكان الذي يعيش فيه، فهذا أمر لم يعد له ما يبرره، فكثيراً من الناس يتطلعون إلى اهتمامات خارجية ترتبط بمصالحهم (the reporter, julian Johnson, harres, n.y.1977.p 30) (Macmillan company)، وعلى سبيل المثال خبر ظهور الرئيس المصري السابق حسني مبارك وهو نائم على سرير المرض بقفص الاتهام في المحكمة، شغل الناس في مختلف بلدان العالم، ودفعهم لمتابعة إجراءات المحاكمة التي تقاضيه على مختلف التهم السياسية والأمنية والاقتصادية التي ارتكبتها، ويعد هذا الخبر أمودجاً للخبر الخارجي بالنسبة للإنسان العراقي الذي الحق به ضرراً كبيراً من سياسة مبارك المعادية لبلاده، وكل شخص يسكن خارج مصر. وله رأي من السياسة المصرية الخارجية في زمن مبارك.

Harres, julian Johnson.s. the reporter.(the Macmillan company)
n.y.1977.p (31)

ثانياً: التقسيم الموضوعي للخبر:

ويقصد به مضمون الخبر من حيث كونه سياسياً أو اقتصادياً أو عسكرياً أو اجتماعياً أو ثقافياً أو دينياً أو أدبياً أو رياضياً أو علمياً وغيرها من أنواع الخبر التي تتعدد بحسب تعدد أنشطة الصحافة أو المجلة أو الإذاعة أو الفضائية وكذلك تعدد اهتمامات الجمهور، ويعتبر هذا التقسيم مكملًا للنوع الأول أي التقسيم الجغرافي فهناك الخبر السياسي الداخلي والخارجي وبعض الأخبار قد تكون اجتماعية وسياسية واقتصادية في آن واحد لذلك فإن التقسيم الموضوعي أول ما يعني نوعية الموضوعات التي يتم تناولها، (محمد عبد الحميد محمد، الصحافة العربية اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، 1989، ص 102)

ثالثاً: التقسيم الزمني للخبر:

ان معيار هذا التقسيم هو الوقت الذي يحصل فيه الحدث، وعلى هذا الأساس تقسم الأخبار الى نوعين:

1. الأخبار المتوقعة: وهي الأخبار التي يعلم المندوب الصحفي بموعد ومكان وقوعها مسبقاً، ويشمل ذلك المناسبات الوطنية والقومية، والمؤتمرات الصحفية والاجتماعات الكبيرة للحكومات والوزارات أو المنظمات العربية والدولية مثل اجتماعات مع الدول العربية والأمم المتحدة ومجلس الأمن وغير ذلك.
2. الأخبار غير المتوقعة (المفاجئة): وهي الأخبار التي لا يعلم المندوب الصحفي عنها شيئاً ولا يتوقع حدوثها، وهذه الأخبار هي التي تعد الشغل الشاغل والغاية الأساسية التي تبحث عنها وسائل الإعلام مثل الصحف والفضائيات والأذاعات وغيرها، فهي أخبار جديدة تشكل سمة الصحافة المعاصرة المطلوبة، وتتعلق بالانفرادية بالنشر أو ما يسمى بالمفهوم الإعلامي (السبق الصحفي) مثل حالات الجرائم المفاجئة لشخصيات مهمة للرأي العام أو إسقاط حكومات أو وقوع انفجارات عنيفة في أماكن حكومية أو حتى مدنية مهمة والاهم فيها سرعة اقتناص نتائج تلك الحوادث، ولكن لا يعني هذا اننا نقلل من أهمية الأخبار المتوقعة التي سبق ذكرها بالعكس فكثيراً من هذه الأخبار تلقى اهتماماً واسعاً لدى المتابعين مثل اتخاذ قرارات في مجلس الوزراء العراقي بإلغاء البطاقة التموينية عن كل

موظف يتقاضى راتباً يتجاوز المليون ونصف دينار عراقي، أو قرارات دولية نتجت عن اجتماعات مجلس الأمن الدولي بشأن أزمات الربيع العربي التي تخطى فيها عن دعم الحكام خلال المظاهرات الاحتجاجية الشعبية، (عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، بيروت، دار النجاج، 1972، ص 141).

رابعاً: الخبر وفقاً لاعتبارات مهنية:

يقوم هذا التقسيم على أساس ما يبذله المندوب أو المراسل الصحفي من جهد في نشر الخبر أو الحدث وينقسم إلى:

1. الخبر الجاهز: وهو الخبر الذي لا يبذل الصحفي جهداً كبيراً عند الحصول عليه ، وإنما يأتيه إلى داخل مكتبه دون عناء وذلك من خلال ما ينشر في الكتب والنشرات و الكتيبات فيقوم بمحاولة إعادة صياغتها أو ربما يضع اسمه عليها وينقلها من تلك الدوريات الصادرة عن الوزارات أو المنظمات أو النقابات.
2. الخبر المبدع: هو الخبر الذي يبذل الصحفي سواء المندوب أو المراسل جهداً في الحصول عليه واستكماله بالبيانات و المعلومات الكافية، وأكثر الصحف فعالية هي التي تهتم بالأخبار المبدعة التي تعتمد على جهود ونشاط المندوب أو المراسل في الاستقصاء عنها والانتقال إلى مكان الأحداث ليصيغها أخبارياً وفق معايسته الميدانية ويطلق عليه بـ "الخبر المكتشف" كونه من اكتشافات الصحفي، بعكس تجارب كثير من الصحفيين عندما يشمون رائحة الأخبار أو يسمعون بجزء من تفاصيلها لكنهم لا يملكون الحس ولا الأبداع الصحفي لتناولها وهي في غاية الأهمية أو الخطورة بالنسبة للناس، (د.مرعي مدكور، الصحافة الإخبارية، القاهرة، دار الشروق، 2002، ص 98).

ومن خلال التجربة الثنائية "التطبيقية والأكاديمية" لكثير من خبراء الإعلام ولا سيما في مجال الفنون الصحفية توصلوا إلى أن هنالك ربطاً وثيقاً ما بين أربعة أصناف إخبارية ثانوية، وعند التدقيق في حيثياتها سيتم التوصل إلى أجناس صحفية جديدة، فالربط ما بين الأخبار الجاهزة والأخبار المبدعة من جهة، والأخبار المتوقعة وغير المتوقعة من جهة أخرى سيتضح لنا تقسيماً جديداً من الأخبار وهي.

3. الخبر السلبي: passive news

هو الخبر الجاهز في البداية من حيث الوصف والمتوقع بالدرجة الثانية، لأنه مأخوذ من مصدر يعد بالمفهوم الصحفي ميت بلا روح مثل النشرات والكتب والدوريات، وأخبار هذه المصادر غالباً ما تكون متوقعة أو قريية منها لسبب أن المندوب والمراسل لم

يقدم جهدا في الحصول عليها بقدر ما هي معلومات متوفرة في المطبوع امامه وهي بكل تأكيد مقروءة من قبل الناس سابقا، وبالنتيجة هو خبر سلبي متوقع.

4. الخبر الايجابي: active news

يؤكد هذا النموذج انه خبر مبدع بالدرجة الأولى وغير متوقع بالدرجة الثانية، حيث قدم معلومات جديدة ومفيدة للقارئ والمستمع والمشاهد، واثبت ان للمندوب والمراسل بصمة ابداع لكوته استقى معلوماته من كبار المسؤولين والشخصيات او من مصادر نوعية خاصة، بعكس النموذج السابق.

5. الخبر السلبي الايجابي passive and active news

أن العمل الصحفي بصيغته الخبرية يتطلب بالدرجة الأساس جهودا مبذولة من الصحفي وبالعكس ذلك فإنه يتحول الى "لص" أو "متسول" ووجدنا البعض من المندوبين في الصحف تعديدا تعكزوا لوقت طويل على أخبار زملاء لهم في وكالات أنباء وصحف، فهم يسرقون الخبر عندما يصل من نشرة أخبار الوكالة ويضع المندوب اسمه عليه أو ربما يغير في المقدمة ويقدم ويؤخر فقرات الخبر، ومثل هذا العمل فإنه يعد سلبيا وفي نموذج اقرب من ذلك أيضا ان أخبار المؤتمرات والمهرجانات والاحتفالات والندوات والحلقات النقاشية العلمية والفكرية تكون مكشوفة المكان والزمان وجانب كبير من التفاصيل من خلال طرح مطوية خاصة بالنشاط، لذلك فهي أخبار سلبية لان جميع الصحفيين يتوجهون للتغطية بموعد ثابت، لكنها أيضا تمثل أخبارا ايجابية لان المندوب والمراسل عندما يتوجه بنفسه لتغطية النشاط لم يقف مكتوف الأيدي، وإنما يقوم بأجراء المقابلات وقراءة وتدوين كتابات اللافتات والشعارات، ثم الأهم في ذلك أيضا ان يقدم الصحفي وصفا لمجريات الحدث، وهذا ما نسجله خلا في كثير من التغطيات الاخبارية للصحفيين بمنطقتنا العربية، على أية حال أن توفر عنصر الجهد الصحفي يشكل نقطة ايجابية كونه تناول معلوماته من مصادر مباشرة وحية، وفي هذه النقطة يرى بعض من رجال الإعلام المختصين بان حضور الصحفي الى قاعة المؤتمر أو الندوة أو المهرجان وقيامه بأجراء المقابلات بنفسه، فلا يرتقي به النشاط الى مستوى جزئية ايجابية بل يبقى في جزئية السلبية، ويرى بان ايجابية تتوفر عندما يحضر الصحفي، ويكتشف من خلال لقاءاته بالمصادر المختصة معلومة جديدة تمثل غاية الأهمية في نظر الجمهور ولها ارتباط ثانوي بالنشاط وينفرد بمعلومة جديدة مستغلا حضور مصادر بارزة فاعلة في صناعة القرار أو أنها مؤثرة بالوسط الجماهيري واستطاع الصحفي أن ينفذ اليها مهمة فردية، (د.محمود منصور هيبه، مصدر سابق، ص 58).

خامساً: أنواع الخبر على أساس ما يقدمه للقارئ:

ويعني هذا التقسيم بما يقدمه الخبر للقارئ والمشاهد والمستمع من معلومات بحسب تصنيفها، بمعنى هل قدم له معلومات بقصد التسلية والامتناع والترويع؟ أم قدم معلومات تضيف إليه جديداً حول معلومات وقضايا جادة؟، وإيضاً يشمل ذلك المعلومات التفصيلية المدعمة بالحقائق؟ أم المعلومات الأولية المجردة من التفاصيل؟.

ونجم عن هذا التقسيم عدداً من الأخبار هي:

1. الخبر الخفيف Soft New: هو الخبر الذي يثير انتباه القارئ وتسليته مثل أخبار الطرائف والرياضة والفن والحوادث والجرائم والأنشطة الدائرية والمذكرات الشخصية.

2. الخبر الجاد Hard New: هو الخبر الذي يحيط القراء والمشاهدين والمستمعين بالأحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير المباشر في حياتهم اليومية أو التي لها ارتباط أساسي بحياتهم الحاضرة أو المستقبلية مثل الأخبار الاقتصادية والصحة والتعليم والحروب والسياسة.

3. الخبر المجرد: هو الخبر الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الحوادث أو سرد المعلومات دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات والبيانات والتفاصيل، ويطلق عليه بالأخبار الصماء فالخبر هنا لم يعطي إجابات كاملة عن الأسئلة الستة المعروفة (من - ماذا - متى - أين - لماذا - كيف)، (إبراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، المكتبة الانكلو مصرية، 1972، ص 101-102)

4. الخبر المفسر: هو الخبر المدعم بخلفية من المعلومات والبيانات التي تشرح تفاصيل الحدث وتشرح أبعاده ودلالاته المختلفة، ومن الضروري الانتباه إلى أن تفسير الخبر لا يعني أن يتضمن الخبر بأي شكل من الأشكال رأي كاتب الخبر أو وجهة نظره حتى لا يفقد موضوعيته بل يتناول الحدث بتغطية كاملة تجيب عن الأسئلة الستة التي مر ذكرها سابقاً.

5. الخبر الموضوعي: يعتبر الخبر ملوناً عندما يتعرض من الجانب الصحفي إلى تدخل يشمل حذف بعض الوقائع منه، أو إضافة بعض التفاصيل أو المستجندات التي لم تحدث بالفعل إلى الخبر عند نشره، أو إضافة رأي أو وجهة نظر إلى مضمونه بهدف التأثير على القارئ، وبالتالي يفقد الخبر موضوعيته، (د. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، 1984، ص 147).

6. الخبر الملون: وهو الخبر الذي تجري عليه عملية تجميل من قبل المؤسسة التي تتناوله بشكل يخدم غرض طرف معين، وينقل للمتلقين بشكل يختلف عما جرى في

الواقع، وغالباً ما تعتمد الصحف والإذاعات والفضائيات وغيرها إلى تحريف الخبر من خلال حذف أجزاء منها وإبراز جوانب ضعيفة منه ليتم توظيفه بطريقة تخدم جهة معينة (كرم شلبي، حرب الكلمات، 1974، القاهرة، الإذاعة والتلفزيون، 1974، ص 80) وأكثر ما يحصل في الإعلام الرسمي والموجه أو الإعلام الحزبي والمؤدلج.

سادساً: أنواع الخبر وفقاً لما يحمله من وقائع:

وينطلق هذا التقسيم من المعلومات والحقائق التي يتضمنها الخبر الواحد، وهنالك نوعين من الاخبار:

1. الخبر البسيط: ويتضمن هذا النوع الحديث عن واقعة واحدة بغض النظر عن التفاصيل والمعلومات الواردة، وعلى سبيل المثال حادث انتحار الشاب التونسي محمد البوعزيزي احتجاجاً على التعسف والاهمال الحكومي لاحتضان الشباب وتوفير فرص عمل للخريجين، فهذا الخبر نقلته جميع وسائل الاعلام العالمية، ومهما كثرت تغطيته بالتحليلات والمتابعات الاخرى فيبقى خبراً في اطار الواقعة الواحدة او يسمى بـ"الخبر البسيط".

2. الخبر المركب: وهذا النموذج من الاخبار يكون بعكس النموذج السابق، كونه يتناول أكثر من واقعة واحدة في ان واحد سواء من حيث المكان او من حيث تفاصيل متعددة للخبر نفسه تتعدى أكثر من طرف ولحدث واحد، بحيث لا ترى وكالة الانباء او غيرها مبرراً لفصل احداث متشعبة لطرف واحد لاعطاء تصور واضح للقارئ لمجريات الحدث (د.كرم شلبي، الخبر وضوابطه، مصدر سابق، ص 130 - 131)، وينشط هذا النوع من الاخبار خلال الحروب والمعارك والانقلابات واحداث الزلازل والمجاعة، وعلى سبيل المثال خلال ثورة الشعب اليمني ضد الحكومة اليمنية، وتعرض رئيس الجمهورية علي عبدالله صالح لهجوم بقصف صاروخي في مسجد بالقصر الرئاسي اثناء تادية صلاة الجمعة، واصابته واركان حكومته بجروح خطيرة، وحصول ردة فعل من قائد فرقة الحرس الجمهوري العميد احمد علي عبدالله صالح بالرد ضد المعارضين ووقوع خسائر بشرية بين المدنيين، واستقبال المملكة العربية السعودية للرئيس اليمني وادخاله المستشفى للعلاج، وتجميد المبادرة الخليجية لتسليم السلطة الى نائب الرئيس، فان مثل هذا الخبر تناول أكثر من ساحة وأكثر من قضية في موضوع شامل يتعلق بثورة الشعب اليمني ضد علي عبدالله صالح للتنحي عن السلطة، فيسمى بـ"الخبر المركب"، وايضا كنموذج حي لهذا النموذج نورد الخبر الآتي.

- كتابة الخبر البسيط والخبر المركب:

من العنوان يبرز الاختلاف بين طريفي الخبر، فإذا كان الخبر البسيط يتوقف دوره عند وصف واقعة واحدة فإن الخبر المركب يتعدى لاكثر من واقعة، وإذا كان الخبر البسيط يدل على حدث وقع في مكان معين ولا يستوجب تواجد أكثر من صحفي لتغطيته، فإن الخبر المركب يحتاج لأكثر من صحفي للمساهمة في التغطية الإخبارية للحدث ومحاولة جمع كافة أطرافه من أكثر من ساحة لاكثر من مصدر متحدث، ثم تنتقل المهمة الى المحررين للقيام بجمع المادة وإعادة صياغتها في خبر تمزج فيه كل الجوانب المتعددة وهذه هي الصعوبة التي تمكن في الخبر المركب، ومثال ذلك موضوع انسحاب الجيش الأمريكي من العراق بنهاية عام 2011 فإن القصة التي جرجت بها وكالة رويترز والتي ساهم فيها مؤلف الكتاب شملت كافة المدن العراقية التي كان يتمركز فيها الجيش الأمريكي وأخذ آراء مسؤولي وسكان المدن وأيضاً استقصاء آراء القيادات السياسية والعسكرية العراقية العليا حول الانسحاب وما بعد الانسحاب، ممزوجاً بالرأي الأمريكي.

أما عن جسم الخبر المركب فيكتب على النحو الآتي:

1. إذا كانت المقدمة تركز على تلخيص أهم المعلومات التي يتضمنها الخبر فإن جسم الخبر يقدم تفاصيل كل معلومة من معلومات الخبر.
2. إذا كانت المقدمة تركز على إبراز جانب واحد من جوانب الخبر يعتبره المحرر أهمها جميعاً فإن جسم الخبر يبدأ بذكر تفاصيل الخبر هذا الجزء الهام من جوانب الخبر.
3. وإذا كانت المقدمة تمزج بين تلخيص أهم ما ورد في الخبر مع التركيز على جانب من أهم جوانب الخبر فإن جسم الخبر يجب أن يبدأ أولاً بذكر تفاصيل أهم جانب في الخبر ثم يأتي بعد ذلك دور تفاصيل بقية الخبر فقرة تعقب فقرة مثلما جاء في المقدمة، (د. حمدي أبو العينين، الصحافة المطبوعة، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، ص 47).

والخبر الآتي هو نموذج حي على الخبر المركب:

(العراق يعلن حاجته لأمريكا وينفي مساعدته لإيران)

بغداد 21 آب (بثرا)- أكد العراق حاجته لتعزيز التعاون العسكري مع الولايات المتحدة في الوقت الحاضر فيما نفى مساعدة إيران، وقال المستشار الإعلامي لرئيس الوزراء علي الموسوي إن بلاده بحاجة إلى تمتين عوامل القوة الداخلية في سبيل منع القوى الخارجية من التدخل في شؤونته والحفاظ على سيادته الوطنية، وكان رئيس هيئة الأركان

العسكرية الأمريكية الجنرال مارتن ديمبسي الذي يزور بغداد حالياً أعلن أمس الاثنين أن بغداد أبدت استعدادها لتعزيز العلاقات العسكرية مع واشنطن، من جهة أخرى رفض الناطق بأسم الحكومة العراقية علي الدباغ في تصريحات صحافية اليوم الثلاثاء ما تناقلته وسائل الاعلام من تعاون ودعم عراقي لأيران لكسر الحصار الدولي المفروض عليها، وقال إن التعاون الموجود مع إيران سواء ما يتعلق بالتبادل التجاري أو غيره يأتي ضمن الحد المسموح، بل هو أقل منه وهو معلن، مبيناً أن العراق ملتزم تماماً بالقرارات الدولية بهذا الشأن، وكانت صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية نشرت بأن العراق يساعد إيران منذ أشهر عدة على التهرب من العقوبات المفروضة عليها بسبب برنامجها النووي.

-- (بترا) ف ب / م ع / هـ

2012/8/21 - 01:51 م

سابعاً: بالونات الاختبار:

هو نوع من الاخبار التي اعتادت ان تطرحها جهات سياسية حكومية او حتى سياسية حزبية فاعلة على شكل اشاعات في بداية الامر لوسائل اعلام معينة بشرط عدم الاشارة لتلك المصادر، بغية معرفة موقف الراي العام الداخلي او الخارجي من الموضوع المطروح بطريقة الاشاعة، وعندها يتحدد الموقف الفعلي، فاذا كان الموقف العام سلبياً ضد الموضوع فسرعان ما يصدر تفنيد للخبر، ويظهر مسؤول حكومي مثلاً ويقول انها اشاعة مغرضة الغاية منها اثارة المشكلات ضدنا، واما اذا كان رد الفعل طبيعياً او ايجابياً أمكن الاعلان عن القرار (د.كرم شلبي، حرب الكلمات، مصدر سابق، ص 98) وكثيراً ما نلمس مثل هذه الاخبار التي تطرحها جهات دولية سواء ما يتعلق بسياساتها الخدمية بداخل البلد او حتى بسياساتها الخارجية، ومثال ذلك الحكومة العراقية قررت ذات مرة ترحيل سيارات قديمة من شوارع العاصمة بغداد فطرحته، بطريقة الاشاعة فجاء رد الفعل الشعبي ناقماً وسلبياً، فاضطرت الى تكذيب الخبر على لسان مدير المرور العام، ووصفه بالاشاعة التي تفتقر للمصدر الرسمي ويطلق على هذا النوع من الاخبار بـ "الخلفية العميقة".

طبيعة عمل المراجع والمندوب الصحفي

طبيعة عمل المراسل والندوب الصحفي

المبحث الأول

المراسل الصحفي وطبيعة عمله

يحتل المراسل الصحفي في المؤسسات الاخبارية حلقة مهمة في تغذية ماكنتها واشباع شهيتها بالأخبار اليومية والتقارير والمعلومات، وكلما كان لدى المؤسسة شبكة متطورة من المراسلين النشيطين والأكفاء كلما استطاعت ان تقدم للجمهور او القراء مزيدا من المعلومات عبر الأخبار في الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية من خلال نشرات اخبارية قادرة على تغطية الأحداث اليومية بشكل سريع ودقيق وهذه هي المهمة الرئيسية، وبما أن هنالك أنواعا من المراسلين الصحفيين هنالك أيضا العديد من الصفات التي يجب أن يتحلى بها المراسل لأن المهمة الأساسية للمراسل هي خدمة العملية الاخبارية لمؤسسته بتغطية الأحداث في المنطقة التي يعمل بها. بمعنى ان يحصل على كل المعلومات الخاصة بالحادثة من مصادرها الأساسية، ثم القيام بمتابعة تطورات الحدث وما يمكن أن ينتج عنه من أحداث أخرى، وهذه المتابعة لها أهمية كبرى في عمل وكالات الأنباء والفضائيات والمحطات الاذاعية المسموعة، التي تعتمد سياسة البث المستمر فيها طوال ساعات اليوم ولا تتحدد بوقت، ومنذ عام 1990 بدأت الساحة الاعلامية تشهد تطورا جديدا في تواصل ساعات البث ويتجسد في القنوات الفضائية وكذلك الحال بالنسبة للبث الالكتروني أيضا، أن المراسل الكفوء هو الذي يستطيع أن يبحث عن المعلومات في تغطيته للأحداث، وهذه المعلومات تتمحور حول عدة أسئلة يفترض أن يجيب عليها المراسل الصحفي سيتم تناولها في عنوان خاص بها، وحين يجيب المراسل على السؤال الأول الذي هو (من) فإنه يبحث عن الشخصيات التي شاركت في صنع الحدث، أو لديها معرفة عنه أو تخصصهم وقائعه، وهذا يعني أن أول الصفات الضرورية هي أن يكون المراسل قادرا على إدارة الحوار وعلى التواصل مع الناس، فالصحفي لا يستطيع أن يجبر الناس على إجراء الحوار معه بل لابد من أن تقنعهم شخصيته، وهكذا نلاحظ أن هناك مواصفات وخصائص يجب أن تتوفر في المراسل الصحفي حتى يتم اختياره لهذه المهنة الشاقة.

إن التطور في الحياة العامة لدى المجتمعات دفعهم الى الحاجة لكسب المعلومة، وبطبيعة الحال فإن ظهور الصحافة في أوروبا قبل قرون عدة وتبلور مفاهيمها منذ قرنين من خلال البدء بخطوات نحو النهوض الفكري والاداء الاعلامي الواعد بشكل تدريجي دفع البعض الى التمييز ما بين المراسل القديم والمراسل الحديث، فإذا كان المفهوم القديم

للمراسل يعتمد على آليات بسيطة ومتواضعة في نقل الأخبار من منابعها ليطلع الناس عليها، فإن المراسل الحديث اخذ يخطو خطوات افضل واسهل من سابقه في التعامل مع الطبيعة الاخبارية والمهنية (د.فاضل البدراني، الاعلام صناعة العقول، بيروت، منتدى المعارف 2011، ص 117 وحتى ان الجماهير بدأت تدرك وجود اختلافات بين نوعي المراسل، ومن ذلك ما يلي:

أولاً: المراسل القديم:

1. حسب الفكرة المعروفة عنه بأنه كاتب ماجور وعندما يكتب للناس فإن هدفه الحصول على الاجر دون سواه.
2. لم ينل حظاً من التعليم وهو جاهل أو أُمي ويتفاخر بجهله، وهو عبارة عن انسان مخمور ومتسكع في الشوارع يرتاد الملاهي، ويفخر بذلك.
3. طبيعته عمله الصحفية مجرد عمل دون ان تشكل عنده رسالة انسانية ومهمة تنوير الرأي العام.

ثانياً: المراسل الحديث:

1. يمتاز بأنه نال قسطاً من التعليم والوعي وأدرك قيمة الرسالة الاعلامية حيال الجمهور.
2. اصغر سناً من سابقه القديم وأكثر سذاجة وحماساً وطموحاً في الحصول على المعلومة.
3. يتمتع باتزان الشخصية وطبيعة التعامل الايجابي مع الناس ومحبة لعمله ودؤوب.

وقد رافق هذا التحول في طبيعة عمل المراسل والصحافة من مجرد عمل مؤقت كغيره من الاعمال الى مهنة لها اصولها ومبادئها وتقاليدها واحترامها عند المجتمع، حتى ان ذلك التحول فرض نوعاً من المسؤولية لدى الصحفيين انفسهم لتطوير واقع مهنتهم بالشكل الصحيح، وضرورة المساهمة في الرفاهية العامة للمجتمع الذي يسير بخطى متسارعة نحو الديمقراطية، وساهم سعي العديد من الصحفيين الامريكيين والبريطانيين للمساهمة في اضفاء الشرعية على مطالباتهم بمكانة مهنية محترمة لعملهم وذلك من خلال التاكيد على احساسهم بالمسؤولية العامة تجاه مجتمعهم بشكل عام، وبصورة اكثر تحديداً من نجدتهم يؤكدون ان لديهم التزاماً محدداً تجاه القارئ وهو ان يكشفوا امامه حقيقة ما يحدث في الشؤون العامة بصرف النظر عن النتائج التي تترتب على ذلك، ومهما

كانت هذه النتائج بغیضة، (سعیوارت الآن، ثقافة الاخبار، ترجمة هدی فؤاد، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2008، ص 54-55)

ثالثاً: تعريف المراسل الصحفي:

ان المراسل ذلك الصحفي المتأهب النشط الذي الفنان المبدع الديناميكي الذي يمثل ابرز العناصر التي ترفد المؤسسات الصحفية عبر تاريخها وحتى يومنا هذا بالاخبار والمعلومات ويغذيها بالتفاصيل والبيانات وصولاً الى النتائج المفيدة للأفراد والمجتمع والدول، والمراسل الصحفي الجيد هو القلب النابض لجمع الأخبار، كما يمثل صانع الرسالة الاتصالية، وفي الفلسفة الاعلامية قأن المراسل يعرف بأنه " المختار المجتهد الباحث عن الحقيقة وكذلك هو الصياد الذي لا تشبع شهيته من قنص المعلومات " وافضل انواع المراسلين على الإطلاق، وفق هذه الفلسفة الاعلامية هو الذي يأتي بأفضل المعاني في اقل الكلمات في صياغته الاخبارية، وبحسب الكاتبة الصحفية "ديورا هاول" كاتبة الرأي في صحيفة "واشنطن بوست، فإن سمات المراسل الصحفي الجيد تتمثل في: فضول لا نهاية له والتزام وحاجة عميقة لمعرفة ما يحدث والقابلية لسماع دليل صغير وتتبعه وقابلية التمييز بين المعلومات المخالطة، فالمراسل هو بالأساس مندوب في مؤسسة اعلامية تمارس عملاً صحفياً مهمته عادة خارج مركز المؤسسة الاعلامية التي يعمل فيها وهي ارسال الاخبار والتقارير الصحفية والصور عن الاحداث التي تقع في مكان عمله، اذ إنه يقوم بإرسال معلومات او تفاصيل هذه الأحداث التي يحصل عليها او يبحث برسائله الاخبارية الى الوكالة او الصحيفة او الاذاعة التي ينتمي اليها ومن هنا جاءت تسمية المراسل تميزاً له عن المندوب الذي يعمل في نفس المدينة أو الاقليم الذي تعمل فيه المؤسسة الاعلامية، بجمع الاخبار وتسليمها مباشرة الى المركز ولا يحتاج الى ارسالها بواسطة أحدى وسائل الاتصال، (د. رفعت عارف الضيع، الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصدر سابق، ص 183-184) ويشبه هيربرت سترتز عمل المراسل بأنه ضرب من التحدي، التحدي الذي يواجهه المراسل عند قيامه بدور الوسيط بين القاريء وبين مصدر المعلومات، وهو تحدي ذو شقين.

الأول: يجب عليه أن يقاوم بشدة الاغراء الذي يتعرض له بأن يصبح جزءاً من الاحداث الجارية على حساب مسؤوليته حيال الجمهور.

الثاني: لا بد ان يدرك ان اختياره لمصادر الاخبار ونوعية الاسئلة التي يطرحها لن يكون تأثيرها مقصوراً على القصة وحدها ولكنها قد تشكل مضمون المشكلة التي يتعرض

لها في تقريره الاخباري، (هربرت سترتز، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار، ترجمة سميرة ابو سيف، الدار الدولية للنشر، القاهرة، 1989، ص 19)

ومن وجهة نظرنا فإن المراسل الصحفي بأنه "ذلك الإنسان المبدع والقادر على الغوص في عمق الأحداث بعد اقتناصها بسرعة مميزة وجمع المعلومات والكتابة وربطها بالأحداث ذات العلاقة ليكون بذلك الطرف الوسيط ما بين مصدر المعلومات والقارئ" والمراسلون لديهم من المهارات والاستعدادات اللازمة التي تجعلهم يتميزون عن غيرهم من الآخرين بشتى الطرق المعلنه والخفية. ومهمة المراسل الصحفي تنحصر في الحصول على الاخبار، ولا علاقة له بالإجابة مطلقاً إنما في الاحاديث الصحفية مع الشخصيات البارزة او التي لها علاقة مباشرة بالأحداث، وفي موضوع القصص الاخبارية على المراسل ان يتعامل بالطرق الدبلوماسية المقبولة التي تستميل عاطفة المصدر ودون التصرف الذي ربما يزعجه ويحرمه من الحصول على ما يريد من مصدره الذي يجلس امامه أو الذي يتصل به عبر أجهزة الاتصال الخلوي، والاسلوب الصحفي المناسب المتبع من قبل المراسل يتوقف على ما يلي:

اولاً: يتوقف على كفاية المراسل في ادارة الحديث مع المصدر او المتحدث.

ثانياً: نوع الاسئلة التي يطرحها المراسل على المتحدث التي يجب ان تتسم بالدقة، وان يكون لكل سؤال جواب خاص به تلبي رغبات الجمهور.

ثالثاً: نوع العلاقة التي تربط المراسل بالمصدر، هل هي قديمة او حديثة عهد، ووفق ذلك فان طبيعة الاسئلة تخضع لمعيار مستوى العلاقة.

ويقول هربرت سترتز، ان مسؤولية إجراء الحديث مع شخصية متحدثة عن موضوع ما ليست سهلة على المراسل لأنها تخضع لضغوطات معينة حسب الاسباب الآتية:

1. حتى يفهم ما يريد المتحدث ان يقول.
2. ليضع ما يقوله المتحدث وفقاً لما يعلم به المراسل انه قد حدث بالفعل من قبل.
3. ليفكر في الاسئلة الآتية وما سوف يقوله المتحدث
4. لكي يجري تقييماً لمدى صلاحية ما يقال للنشر
5. ليحاول تحديد مدى اثبات ما يقوله المتحدث وصدقه
6. يفعل كل ما سبق بأسلوب يعطي الجمهور اقصى ما يمكن من مادة اخبارية صالحة للنشر، (هربرت سترتز، مصدر سابق، ص 51).

المراسل الصحفي هو الانسان المحترف لمزاولة العمل الاعلامي ومتابعة تغطياته الاخبارية بروح من الصبر والديناميكية والمصادقية مع الضمير قبل الشروع بكتابة الاخبار والتقارير، بغية تحقيق الوعي الجماهيري في التعليم والارشاد والتوجيه والنصح، والمراسل الصحفي فضلا عن كونه صانع الرسالة الاتصالية فانه المحامي الشرس المدافع عن حقوق الناس حيال السلطة التنفيذية بل يمثل صوت الناس البسطاء وعين المسؤول، وفي الفلسفة الاعلامية فأن المراسل يعرف بأنه "المختار المجتهد الباحث عن الحقيقة وكذلك هو الصياد الذي لا تشبع شهيته من قنص المعلومات وإعادة نشرها للجمهور دون احتكار"، وفي هذا التوصيف تحضرني مقولة الرئيس الامريكي الاسبق رونالد ريغان في امتعاض من الحاح المراسلين الصحفيين عليه وكشف بعض عيوب سياسته حيث يصفهم بـ "قروش البحر"، وإذا كانت سمة نجاح الوسيلة الاعلامية الاخبارية تنطلق من نجاح مراسليها فهذا يعني ان المراسل يمثل العمود الفقري في العملية الاخبارية، وكثيرا ما كان عامل نجاحه يتجسد بمستوى العلاقات الاجتماعية التي يقيمها مع مصادر اخباره فضلا عن اسلوب تناوله للموضوعات التي تهم الجمهور وتساعد في بناء الرأي العام حول قضية هامة، فكان المفتاح الاساسي لبناء علاقة وطيدة بين المؤسسات الصحفية ومؤسسات الدولة أو مؤسسات المجتمع المدني في كل بلدان العالم أو حتى بين المؤسسات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني ومعيار ذلك هو خدمة المواطن، وإذا اردنا تقييم دور الاخبار في مجتمعاتنا، فلا بد ان ندرك ان الصحافة تستطيع ان تخلق لها تأثيراً بارزاً حتى لو لم يتم نشر الاخبار، سواء في نشرة مقروءة او مكتوبة او في الاعمدة والمقالات الرئيسية، ولمجرد تجوال المراسل الصحفي في مكان الحادث بين الناس وتحديثه لمصادر الأحداث وجمعه المعلومات فهو بكل هذا يمارس نوعاً من "السلطة"، وقد يصبح وسيطاً بين مصادر الاخبار والجمهور المتلقي لها وهذا الدور يتعاظم في المجتمعات الصغيرة على وجه التحديد ويكون المراسل فيها لولب السلطة والفاعل الرئيسي في بناء هويتها حتى راح البعض من يصفه بأنه الدبلوماسي الذي يحقق التفاعل والانسجام ما بين القاعدة الجماهيرية والسلطات التنفيذية والتشريعية على المستوى الرسمي وايضا يتحمل مسؤولية تنشيط علاقة الجماهير مع القطاعين الخاص والمختلط بغية الاسهام في بناء العملية التنموية.

لذلك فأن المراسل هو الصفة البارزة والعلامة المضيئة لدى الصحيفة والأذاعة والتلفزيون ووكالة الانباء والموقع الالكتروني وأيضا أصبح له شأن متعاظم في الصحافة الشعبية أو ما يطلق عليه بـ "الصحفي الشعبي أو التطوعي" رغم انعدام الضوابط المهنية عنده، وهذه الحالة معمول بها منذ بداية تاريخ الصحافة العالمية ونشوء الصحف والمجلات قبل قرون عدة، وربما تمتد مهنة المراسل حتى قبل صدور أول صحيفة مطبوعة

بالعالم، عندما كان المخبرون أو بائعي المعلومات والقصص والحكايات "القصخون" يأتون بها لبعض الناس لشراؤها من قبل النبلاء والأثرياء والسلطين مكتوبة على الواح الطين والجلود والقماش والخشب لشراؤها والقيام وهؤلاء يقومون بروايتها على الناس في المجالس العامة لكسب الجاه والحضور الاجتماعي وتعزيز شخصيتهم على غيرهم، واخذت هذه المهنة الشاقة تتسع وتنشط أفقياً من حيث الأهمية والمشاركة بصناعة المشهد الصحفي والاعلامي حتى وقتنا الحاضر.

خامساً: تراجع دور المراسل الصحفي في العملية الاخبارية:

مثلاً اختلفت الحالة عن سابقها بالنسبة لطبيعة عمل المؤسسات الصحفية اختلفت طبيعة عمل المراسل الصحفي ولم تعد بتلك الخصوصية التي كنا نعول عليها كثيراً في السابق، ولا نقول بان المراسل الصحفي يشهد افول نجمه بقدر ما يشهد من حيث لا يدري بتحجيم ذلك الامتياز والدور الذي لعبه لوقت طويل من الزمن نظراً لتطور الذي لحق بالبيئة الاعلامية وطريقة نقل المضمون الذي كان المراسل أبرز العناصر الهامة فيه، ومن أبرز التطورات التي لحقت ببيئة الاعلام هي الآلة التكنولوجية التي أصبحت ترفد المؤسسة الاعلامية بالمعلومات من دون مراسل أو حلت محله بعض الشيء بعكس الدور السابق عندما ولدت المطبعة وأصبح المراسل الصحفي صاحب شأن كبير في رفد الجريدة بالاخبار أو المعلومات، لكن هذه التكنولوجيا الجديدة لم ولن تتمكن من شطب اسمه من المشهد الاعلامي، فانبثاق بيئة الاعلام الالكتروني في السنوات الاخيرة أحدثت تطوراً كبيراً في المجال الاعلامي وغيرت كثيراً من النمطية المعمول بها سابقاً، وكل ذلك على حساب مستوى الأهمية التي لم يعد يلعبها المراسل الصحفي، ومن ثم دخلنا في الجيل الثاني للاعلام الالكتروني والانطلاق بأفق "الاعلام الاجتماعي"، وما يزال المراسل يمارس دوره انما الذي حصل كما أسلفنا في البداية ان دوره انحسر ولم يعد الرقم الصعب في المعادلة الاعلامية، وسجلت بداية هذا التنافس للمراسل الصحفي التقليدي بظهور البث التلفزيوني الفضائي وحتى لو كان المراسل موجوداً في الشاشة بفاعلية كما يظهر يومياً لكن حل المصدر المتحدث عن الواقعة أو الحادث عبر الشاشة مراسل منافس للمراسل الصحفي التقليدي في تزويد المشاهدین بأخر المستجدات والتفاصيل أو المعلومات وان كان ذلك تحت تسمية المتحدث، بالإضافة الى تعدد المصادر ومنها الشاشة الفضائية وتحديداً صورة المشهد التي تعطي تفاصيل كثيرة ربما أختصرت كثيراً من جهد المؤسسة الصحفية وكذلك جهد المراسل، وهذا النمط الاعلامي الجديد أحدث زلزالاً لبعض الوقت بشأن طبيعة عمل الوسائل الاعلامية وتسيّد المشهد الاعلامي انطلاقاً من الامتياز الذي سارع الى ايجاد المتحدث أو مصدر الحدث الذي يأتي الى المحرر وهو في مكتبه يحرق اخبار جريدته أو محطته الاذاعية أو التلفزيونية وقد يدفعه للاكتفاء بالمعلومات الجاهزة

التي وصلته دون الحاجة لابتعاث مراسله للتغطية الصحفية، ورغم ذلك فهذا لا يعني انه ازاح المراسل عن مكانه انما جلعه يقف عند مقعد اخر ليس في المكان المتقدم، ان الاعلام الالكتروني قدم خدمة كبيرة للمؤسسة الصحفية بان تختصر عدد مراسليها من كل عشرة مراسلين مراسل واحد وبذل ان ترسل الوكالات والفضائيات مراسلين لتغطية حدث ما وقع في مكان معين تلجأ الى متابعة المواقع الاخبارية او تذهب الى متابعة مجموعة الشاشات الفضائية المنصوبة على منضدة مكاتبها، حتى ان الأنصات وهو واحد من ابرز الاقسام الصحفية الرافدة بالأخبار انتهى دوره وتلاشى تماما منذ بداية البث الفضائي الاخباري وهذا يجعلنا نتلمس تراجع دور الاذاعة أمام الشاشة التلفزيونية، وبتطور طبيعة العمل الصحفي مع ولوج عصر الاعلام البديل، وكذلك عبر شبكات التواصل الاجتماعي دخل على الخط منافس بارع للمراسل التقليدي وهو المراسل الصحفي الشعبي الذي اخذ يشق طريقه من اوسع الابواب في تحمل المسؤولية الاجتماعية وممارسة دور السلطة بين افراد المجتمع على الصعيدين المحلي والدولي، د.فاضل البدراني، تراجع مكانة المراسل الاخباري في المشهد الاتصالي، مجلة صوت الجامعة العراقية، العدد الصادر في نيسان 2013.

سادسا: طبقا لتقسيم الجغرافي هناك نوعان من المراسلين:

أ. المراسل المحلي أو الداخلي:

أن هذا المراسل يتبنى مسؤولية تغطية اخبار المحافظات أو الاقاليم البعيدة عن العاصمة التي تقع فيها المؤسسة الاعلامية التي يرأسها، حيث اخذت الصحف والمؤسسات الصحفية في الاهتمام باخبار المدن الأخرى رغبة منها في توسيع نطاق تغطيتها الصحفية وتحقيق اللامركزية بين الاخبار على صفحات الصحيفة وتحقيق العدالة الصحفية بين الاخبار الخاصة بالدولة، ورغبة منها أيضا في زيادة التوزيع، فتقوم الصحف في باقامة مكاتب لها في مراكز المحافظات، وعلى سبيل المثال محافظة الأنبار بها مراسل يعمل في عاصمتها الرمادي لصالح وكالة الأنباء العراقية التي مقرها العاصمة بغداد وبطبيعة الحال فإن انتشار المراكز العلمية والثقافية والفكرية كالجامعات ومراكز البحوث والمكتبات والمؤسسات الخيرية ومنظمات المجتمع المدني في المحافظات الاخرى بعيدا عن العاصمة شجع على استقطاب الصحفيين والتشجيع في فتح مكاتب في معظم المدن ان لم يكن في جميعها.

ب. المراسل الخارجي

هو مراسل تبعث به المؤسسة الصحفية الى خارج البلاد ليقوم في عاصمة معينة ويوافي المركز بالأخبار والتقارير وغيرها، وعادة ما يكون اختيار الذين اثبتوا جدارة في عملهم ومستوعبين لنوعية الأخبار التي تحتاجها المؤسسة، وفي سياق ذلك فان المراسل الخارجي ايضا تتوفر فيه تقسيمات ثانوية:

النوع الأول ان يكون كما قلنا خارجيا يأتي للبلد ويتعايش ويتعرف على سماته وسياساته وطبيعة مجتمعه، ومعرفة أبرز مصادر أخباره.

النوع الثاني مفهوم المراسل عندما تعتمد مؤسسة مراسلا محليا يطلق عليه ب "المراسل المحلي الخارجي" من جنسية نفس البلد الذي تنقل أخباره ويجب ان يكون من البارزين والمعتدلين بأمكانياتهم المهنية والحيادية والصدقية، (د. مرعي مذكور، الصحافة الاخبارية، مصدر سابق، ص 65-66).

النوع الثالث فهو "المراسل المتحرك" أو "مراسل المهمات الطارئة" وهذا النوع من المراسلين يكون عادة من العناصر النشطة في مركز الوكالة او الجريدة ويبعث به المركز الى أماكن الأحداث الساخنة ليغطيها مراعيًا طبيعة الأخبار التي يحتاجها المركز وغالبًا ما تكون هذه المهمة قصيرة الأمد لا تتجاوز بضعة أيام أو أسابيع وتكتمل مهمته باكمال مهمة الحدث سواء اجتماعات دولية أو حوارات متواصلة أو حرب بين طرفين متنازعين، (د. رفعت عارف الضبع، الخبر، مصدر سابق، 2011، ص 183-184)، وهناك رؤية أكثر دقة في مجال تصنيف المراسلين أو أنواعهم، حيث ان بعض خبراء الاعلام والصحافة يرون في ثلاث تصنيفات للمراسل وهي:

1. مخبر صحفي reporter

وهذا النموذج هو الذي يقوم على اساس طبيعة العمل الصحفي الذي يمارسه، وقد يسمى مندوبا لانتدابه في تغطية حدث معين.

2. مراسل يعمل بالقطعة stringer

تلجأ بعض وكالات الأنباء والفضائيات والصحف الى اعتماد هذا النوع من المراسل عند وقوع أحداث في مناطقهم، وتدفع له أجوراً حسب طبيعة القصة الاخبارية او المساحة string وليس راتباً شهرياً محدداً، وهو الذي يطلق عليه ب"نظام القطعة" وقد

يسمى أيضا بالمراسل المحلي تبعا لطبيعة الموقع الجغرافي، ويطلق عليه في ادبيات الصحافة الانكليزية part- time correspondent، وربما يقوم بمهمة تنسيق اللقاءات بين فريق عمل الشبكة ومصدر معين سواء كان المستشفى أو مراكز الشرطة أو فريق إدارة أزمة التلوث البيئي في المنطقة التي يقطن فيها المراسل المحلي.

3. مراسل correspondent

وقد يمثل هذا النوع الاساس في تسمية المراسل الحقيقي لكونه يعد من الصحفيين الذين يمارسون عملاً مهنيًا كبيراً، وتُسند المسؤولية هذه الى كبار المخبّرين وذوي الخبرة، وقد يدير مكتباً من مكاتب المؤسسة في عاصمة او مدينة كبيرة أو حتى في اقليم كبير، وفي الصحافة الانكليزية هنالك تسميات طريفة متعددة تطلق على كبار المراسلين بحسب طبيعة عملهم وقدراتهم وامكانياتهم الصحفية وخبراتهم الطويلة، فالمراسل المحترف من هؤلاء يسمى roving correspondent بمعنى المراسل الجوال الذي يجوب عدداً من البلدان في سبيل الخروج بحصيلة قصة اخبارية او مقال مهم للرأي العام يطلق عليه feature-type coverage وقد يوصف هذا النوع من المراسلين بـ fire-fighter correspondent والتي تعني ملاحقة الاحداث الساخنة وغير المتوقعة وتغطيتها من اماكن حدوثها، وينقل د.عبد الستار جواد عن استاذ الصحافة بجامعة جورجيا "جورج هاو" بعض المؤهلات المطلوبة في المراسل الصحفي وهي:

1. النظر والسمع
2. تدوين الملاحظات
3. ايجاد المعلومات
4. اثاره الاسئلة
5. تدقيق المعلومات وتحديدتها
6. تحليل وتفسير المعلومات

ولعل الكثير من الاحداث تصطدم بالمراسل عندما يتوجه الى مكان عمله أو عندما يكون في الشارع أو المكتب أو حتى في باحة منزله، تسير هذه الاحداث كما تسير الرياح خاصة انها تعتمد على الحواس، والمراسل المتحرس الذي يستفيد من التجربة الصحفية له او التي استفاد من زملاء آخرين بشأنها لابد ان يصنع الاخبار ويستفيد من الاحداث في كل الاوقات خاصة ذات قيمة الاخبارية، وثبت ان الصحافة هي ممارسة مهنة كما هي مهنة الطب، الا ان هنالك ميزة لدى مراسل تميزه عن غيره بامتلاكه الموهبة، ويستدعي القيام بصقل هذه الموهبة وبناء شخصية المراسل، لأن كما ذكرنا في مجال اخر

أن المهنة تعتمد كثيرا على القدرات المكتسبة سواء بالممارسة أو بالتعليم في الأكاديميات الصحفية والإعلامية، (د. عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، مصدر سابق، 30- 32).

سابعاً: شروط المراسل الصحفي:

لكل نوع من هذه الأنواع خصوصية يتسم بها وبالنسبة للمراسل الدائم لابد أن تتوفر فيه الشروط الآتية:

1. مطلع بشكل جيد على سياسة المؤسسة الإعلامية وعلى نوع الأخبار التي تحتاجها وتعامل بها.
2. محصن أمنياً ومعروف الاتجاه وحريص في الحفاظ على أسرار بلده واقتناص الأخبار التي يشم منها صلتها ببلده.
3. أن ينفذ بعلاقاته الاجتماعية والمهنية مع المجتمع وتوظيف ذلك لتعزيز مصادر أخباره.
4. مكوثه لفترة طويلة في البلد الآخر المرسل اليه يجعله قادراً للكتابة عن مشاكل هذا البلد وانجازاته ومعرفة شخصياته المؤثرة وأحزابه وصحافته ومصادر القرار.

أما بالنسبة للمراسل المحلي فيتميز بالآتي:

1. بكونه من أبناء البلد الذي يعمل فيه يتميز بأن يكون مطلعاً بشكل جيد على أسرار وخفايا السياسة وبالتالي فإن تحليلاته واستنتاجاته غالباً ما تكون صائبة.
2. لغة المراسل المحلية المتجانسة مع سكان بلاده تتيح له الكتابة بشكل جيد مستعيناً بالأسلوب الجيد الذي يفترض أن يمتلكه.
3. تكاليف المراسل المحلي المعتمد أقل بكثير من تكاليف مراسل خاص يرسل من المركز إلى عواصم العالم حيث لأن تكاليفه هي صرف رواتب وتأمين خدمات اتصالية وتأجير سكن، وبالنسبة للمراسل المؤقت فأن هناك بعض المزايا التي تتوفر في هذا النوع وهذه المزايا هي:

- أ. أن هذا النوع من المراسلين ينتقون بعناية ويكونون عادة من بين أفضل الصحفيين العاملين في المركز.
- ب. المراسل يكون عادة مستوعباً لما تريده المؤسسة من تطورات الحدث المكلف بتغطيته بحكم تجربة عمله في مقر الوكالة، (د. قيس الياسري وآخرون، وكالات الأنباء، ليبيا، طرابلس، المركز الوطني للتخطيط والتعليم والتدريب، 2003، ص 146- 156).

ثامنا: معايير اختيار المراسل الصحفي:

يتم اختيار المراسل الصحفي وفقا لمعايير معينة ينبغي توفرها فيه وهي:

1. يجب ان تتوفر في من يتم اختياره مراسلا للوكالة سواء كان مراسلا محليا او داخليا او متحركا اجادة لغة البلد الذي يوفد او يعين للعمل فيه.
2. توفر بعض الصفات المهنية الثابتة مثل الحس الصحفي الذي يمكنه من توقع الاحداث والتهيؤ لها قبل وقوعها.
3. اتقان فن التواصل مع الآخرين والقدرة على اكتساب ثقة الناس ومحبتهم واحترامهم ومن غير المنطقي أن تفتح مصادر الاخبار ما لديها من اخبار لشخص لا تعرفه ولا تثق فيه.
4. ان يتمتع بأسلوب صحفي جيد قادر على توصيل الافكار والاحداث ومدلولاتها الى القراء والمستمعين والمشاهدين.
5. ان يكون المراسل الصحفي قوي الملاحظة يلتقط بجميع حواسه ما لا يستطيع الانسان العادي معرفته.
6. ان مهنة الصحفي لا تخلو من مشاق واجهاد جسمي واطار خاصة بالنسبة للمراسلين الحربيين الذين يغطون اخبار المعارك، فيتطلب منهم قوة بدنية وصحة جيدة وتدريب على الكثير من المصاعب والقدرة على السهر.
7. توفر صفة الفضول وحب الاستطلاع في المراسل الصحفي، واذا كانت هذه الصفة غير مرغوب فيها بالنسبة للأفراد العاديين فانها صفة ايجابية بالنسبة للصحفي تدفعه الى التعمس والاصرار على معرفة ما يدور في (الخفاء والردهات الخلفية) الكواليس وما تخبئه الصدور.
8. الوعي الثقافي للمراسل الذي يتطلب المعرفة الواسعة بالاشياء والاشخاص والظواهر، اذ ينبغي على المراسل ان يكون قادرا على التحاور في السياسة والادب والفن والرياضة، ومن اولويات هذه الثقافة المعرفة الواسعة بتاريخ وجغرافية وتراث بلده والبلد الذي يوفد للعمل فيه.
9. ان يكون محبا لمهنته عارفا بدورها الخطير في المجتمع، وبدون هذا الحب وتلك المعرفة لا يستطيع ان يبدع وان ينجح في عمله متخذ الحكمة التي تقول "ان الرغبة تخلق الابداع"، ان هذه الامور التي اشرنا اليها يجب ان تكون معايير لا يمكن تخطيها في اختيار المراسل، اذ يصادف في احيان كثيرة ان يجري تعيين المراسلين بعيدا عن هذه الصفات وذلك بفعل المحسوبية والمنسوبية او الاستفادة منهم في أعمال مخبرائية كما حدث بالنسبة للعديد من الصحف الأمريكية ووكالات الأنباء اثناء الحرب الباردة عندما عينت عملاء لوكالة المخابرات الأمريكية (C. I. A) كمراسلين لها في بعض

عواصم البلدان الشيوعية وبلدان المنطقة العربية وما يجاورها كما أن غالبية البلدان العربية والمجاورة لها كانت تستخدم عناصر مخابراتية بواجهة صحفية (مراسل) للقيام بأعمال التجسس، (د. رفعت عارف الضيع، الخبر، مصدر سابق، ص 185).

تاسعا: آلية عمل المراسل الصحفي:

عندما يوفد المراسل الصحفي أو يعين في مكان ما فإن أول ما يفكر به هو:

1. تأمين اتصال جيد مع المركز لأن عدم وصول الأخبار في موعدها وفي وقت الحصول عليها يعني ضياع الفائدة من هذه الأخبار وهدر الجهد الذي بذل في الحصول عليها، وهذه المسألة أصبحت اليوم أكثر سهولة من قبل، بحكم التقدم الحاصل في منظومات الاتصال واختراع الأقمار الصناعية وفر على المراسل أن يضمن وصول أخباره لمركز مؤسسته بيسر، حتى أن غالبية المؤسسات الإعلامية كانت تعطي مراسليها فترة ستة شهور وهي كافية لإثبات امكانياته المهنية وتوطيد علاقاته الاجتماعية والمهنية مع مصادره في ساحة عمله الجديدة.
2. الخطوة الثانية إقامة مصادر أخبار خاصة به وهذا الأمر في غاية الصعوبة خاصة بالنسبة للوكالات المغمورة وللصحفيين غير المعروفين، لذلك يبذل مثل هؤلاء جهودا جبارة حتى يصبحوا معروفين في الوسط الاجتماعي والسياسي والثقافي في البلد الذي يعملون فيه مع توطيد علاقات مع النخب التي تحكم البلد وتسيطر عليه سياسيا واقتصاديا وثقافيا، لأن مهمة المراسل الصحفي ليس تقديم وقائع الخبر فقط بل تحليل هذه الوقائع والتنبؤ بالاحداث المقبلة وكتابة خلفية للخبر وذلك بربطه بمدلولات او وقائع سابقة، ولا يستطيع المراسل الصحفي ان ينجز عمله بصورة جيدة دون ان يطلع على ما تبثه وكالات الانباء والصحف والفضائيات الاخرى الاخرى عن الحدث، فوكالات الانباء يستفيد بعضها من البعض الآخر وإذا ما فات المراسل الاطلاع على وقائع الحدث الرئيسي او الاخبار الاخرى التي ارسلها الى المركز من الوكالات الاخرى العاملة في البلد الذي يغطي اخباره فإن المركز لن يفوته ذلك اذ يقوم باضافة ما يراه مناسباً الى خبر مراسله المعتمد خاصة وأنه يفترض بالمركز ان يتسلم نشرات معظم الوكالات.
3. اما كيفية اعداد الاخبار وارسالها فالعملية تتم عن طريق جمع الاخبار وتحريرها وارسالها الى المركز حيث يجري التصرف بها من قبل المحررين وفقاً لتعاملهم مع الأحداث المعنية في هذه الاخبار، ويفترض بالمراسل ان يبعث اوسع التفاصيل عن الحدث ويترك امر تلخيصها واختصارها الى المركز الذي بمقدوره وحده ان يعرف ما هو الجديد في القصة الخبرية التي بعثها مراسله، اما كيفية ارسال هذه الاخبار

فكان في السابق يتم عن طريق الهاتف حيث يجري الاتصال بالمركز او عن طريق البرقيات او الفاكسميل الهاتفي او طريق الطابعات المبرقة "التيكر" أما اليوم فان هذا الاتصال يتم عبر الأقمار الصناعية سواء عن طريق البريد المصور او الالكتروني او الانترنت.

عاشرا: آلية تعامل المركز مع أخبار المراسل:

مركز المؤسسة الصحفية خير من يقيم أعمال مراسله ذلك لأنه يتوفر على معلومات كثيرة عن نفس الأحداث التي بعث بها المراسل، وتتعدد الجهات التي تشكل مصادر هذه الأخبار وطبقا لهذه المصادر يتقلص حجم تفاصيل هذه الأخبار، إن مركز المؤسسة عادة ما تكون لديه مصادر متعددة من أهمها:

أولاً: وكالات الأنباء العالمية.

ثانياً: وكالات الأنباء الأخرى التي له اتفاقات معها.

ثالثاً: الأذاعات التي تأتي أخبارها عن طريق قسم الاستماع (الأنصات).

رابعاً: المحطات الفضائية.

خامساً: مراسل المركز في الخارج - وأول عمل يقوم به المركز عندما يتسلم أخبار المراسل القيام بتدقيقها مع أخبار مصادره الأخرى حيث يقوم بعد ذلك بما يلي:

1. الاستفادة من أخبار المراسل كما هي.
2. إضافة معلومات على أخبار المراسل من مصادر المركز الأخرى.
3. إهمال أخبار المراسل لضالة قيمتها ولأنها جاءت متأخرة.
4. طبعها وتوزيعها على بعض المسؤولين في الدولة لأهميتها، وذلك بالنسبة لوكالات الأنباء الوطنية وليس التجارية.

وفي ضوء تقييم أخبار المراسل يجري توجيهه ببعض النواقص في أخباره سواء من حيث معلوماتها او صياغتها التحريرية أو طريقة إرسالها.

المبحث الثاني

المندوب الصحفي وطبيعة عمله

أولاً: صفات المندوب الصحفي:

اشرنا في بداية هذا الفصل الى أنواع وصفات المراسل الصحفي وكيفية عمله وطريقة تعامل المركز مع أخباره ونأتي الآن لنقدم بعض الصفات الخاصة بالمندوب الصحفي والفرق بينه وبين المراسل، ويعتبر المندوب الصحفي عصب العملية الاخبارية في المؤسسة الاعلامية وبدونه لا يمكن لماكنة الأخبار ان تدور، وما يجعل صحيفة معينة افضل من الأخرى انما يرجع الى عدة أسباب أبرزها: وجود شبكة جديدة من المراسلين والمندوبين خاصة في هذا العصر- الذي أصبحت السمة الغالبة على الصحافة هي المعلومات وتنوعها وتغطيتها الشاملة لكل ما يدور في البلد والعالم من أخبار، ولكي ينجح المندوب الصحفي في عمله لا بد وان تتوفر فيه بعض الصفات التي من أبرزها:

1. ان عمل المندوب الصحفي شبيه الى حد كبير بعمل المراسل الصحفي وما يهمنا الآن هو تمتعه ببعض صفات المراسل التي اشرنا اليها.
2. ينبغي ان يتمتع المندوب الصحفي بشخصية ودودة تؤثر في الآخرين حتى يتم التواصل بينه وبين مصادر أخباره.
3. ان الثقافة العامة مطلوبة لكل العاملين في الصحافة سواء أكانوا محررين ام مندوبين.
4. بالنسبة للمندوب يحتاج هذه الثقافة لأنه بحكم عمله سيجري أقطاباً مختلفة من المقابلات مع أناس مختلفي الثقافة والاهتمامات فتارة يقابل شاعراً ومرة يغطي معرضاً فنياً ومرة أخرى يحضر مؤتمراً صحفياً وهكذا يجب ان تكون له خبرة ودراية بالأدب والسياسة والرياضة على الأقل لديه بعض الألفاظ بالأمور.
5. يجب ان يتمتع المندوب الصحفي بالأحاساس العالي بالمسؤولية والابتعاد عن تلفيق الأخبار او تهويلها والتقيد بأخلاق المهنة وأصولها.
6. على المندوب الصحفي أن يعتد بكرامته وان يحترم مهنته فلا يخضع للضغوط مهما كانت مادية او معنوية، أن أهم ما يفكر به الصحفي المثالي هو مرضاة القارئ والبحث عن الحقيقة وانتهاج الموضوعية وهذه الأمور لا يستطيع الصحفي الضعيف أمام المغريات أن يحققها.
7. ان حب العمل والاستعداد للتضحية وتحمل الصعاب في سبيل الحصول على الحقيقة هي صفات تقع في صميم عمل المندوب الصحفي.

8. أن عمل الصحافة القديمة الذي يجعل من المندوب مجرد محاور قد أنتهى ليحل محله المندوب المؤهل أكاديمياً القادر على استخدام الحاسوب في عمله والذي يستطيع أن يحاور بأكثر من لغة حية.
9. ان يتمتع بالصحة البدنية والذهنية من نواحي السمع والنظر وحتى الشكل وان يكون قوي الملاحظة وحاضر البديهة وله القدرة على الاستنتاج وتحليل المعلومات وتحديد، الى جانب ثقافة طرح الأسئلة المناسبة،(د.عبد الرزاق الدليمي،الخبر في وسائل الاعلام،مصدر سابق، ص54 - 56).

ثانياً: تصنيف المندوبين وفقاً لتخصصاتهم:

مثلاً نعرف عن الصحافة المتخصصة وهي إحدى المواد الدراسية النظرية في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات،فإن المؤسسات الإعلامية والصحفية تمثل انعكاساً عملياً للواقع الأكاديمي، فتقوم بتصنيف مندوبيها الى عدة أصناف حسب تخصصاتهم وميولهم، وهو الذي يغيب تماماً عن واقع عمل المراسل الصحفي الذي تفرض عليه ان يكون ملماً بكل التخصصات وبالتالي ينبغي أن يكون اختياره وفق معايير الكفاءة المهنية،فهناك تقسيم للقطاعات منها القطاع الدبلوماسي في وزارة الخارجية الذي يكلف له أفضل مندوب يفهم بالأمور السياسية والدبلوماسية وكذلك القطاع الاقتصادي والزراعي والتجاري والأمني والعسكري والثقافي والرياضي والفني والعلمي والخدمي والبرلماني والمجتمع وغيرها، وكل قطاع ربما يمثل وزارة وما يلحق بها ناهيك عن نشاطات منظمات المجتمع المدني وحقوق الإنسان، وكل ما يشترط في آلية التصنيف او التوزيع هو مراعاة التخصص والرغبة فليس من المعقول اختيار مندوب لوزارة النفط ليست لديه اهتمامات بالشؤون النفطية والاقتصادية وحتى المصطلحات التي يحتاج الى توظيفها في الخبر وكذا الأمر بالنسبة لباقي التخصصات الأخرى،أن المؤسسات الإعلامية الأجنبية عندما تختار مندوباً لتغطية نشاطات البرلمان فإن أول خطوة تقوم بها زجه في دورات مكثفة لزيادة معلوماته وتنمية أفكاره وتعزيز المصطلحات المتخصصة التي يتعامل بها، وفي عالمنا العربي ربما مارست قلة قليلة من المؤسسات هذه التجربة لكن الغالبية العظمى تلجأ للاختيار العشوائي وبالنسبة يتأثر الأداء بدرجة كبيرة ويكون الخاسر فيها هو المواطن إذا ما سلمنا بالشعار القائل "الصحافة في خدمة المجتمع".

ثالثاً: الفرق بين المندوب والمراسل:

بإستثناء بعض النقاط الأساسية فإن طبيعة عمل المندوب هي نفسها التي عرفتها طبيعة عمل المراسلين، سيما إذا تناولنا عمل المراسل المحلي داخل حدود الدولة

التي ينتمي اليها ويحمل هويتها، فربما تكون المهمة ذاتها دون اختلاف يذكر، فالمراسل المحلي يتعامل بنسبة 90% من عمله مع الحكومة المحلية في المحافظة أو المدينة في حين يكون عمل المندوب في مقر عمله بالعاصمة وقد تكون المسؤولية الإعلامية للمندوب أوسع من المراسل المحلي لسبب بسيط. إن جهد الدولة غالباً ما يتركز في العاصمة الذي يغطيه المندوب بينما المراسل المحلي فتكون ساحة عمله المحافظة أو المدينة التي يكون فيها المحافظ أعلى سلطة، حيث تشكل نسبة تعامل المندوب مع الأحداث التي تتعلق بجهد الدولة من وزراء ومدراء وإدارات عليا رسمية وشعبية حوالي 90% من مستوى تغطيته الإخبارية، ولكن مع التطور الملحوظ الذي شهده الواقع الإعلامي من إنشاء صحف وإذاعات وفضائيات في المدن خارج العواصم فإن النظرة وحتى التسمية تبدلت نحو امتزاج عمل المندوب والمراسل في عنوان واحد، بل انتهت تسمية المندوب في البث الفضائي واعتماد تسمية المراسل، ومرجعياً هذا التغير في البيئة الإعلامية تعود إلى كثرة انتشار وسائل الإعلام في أماكن خارج العواصم، لكن تبقى هنالك اختلافات هي:

1. يستلزم من المراسل الخارجي أن يجيد لغة أجنبية على الأقل للمساعدة في ممارسة تغطية الأحداث اليومية، في حين ليس من الضروري أن يتطلب من المندوب.
2. مسألة التخصص في أعداد الأخبار وتحريرها فإن المراسل لا يشمل بهذه الخاصية لأنه يمثل مؤسسته في بلد آخر وينبغي أن يكون عنده شيء من كل شيء في التخصصات، على عكس المندوب الذي توصي التوجيهات بمزاولة التخصص في تحرير الأخبار.
3. المراسل يعمل في ساحة خارجية أكثر تنافسية، إذ يكثُر فيها مراسلون وصحفيون كبار مشهورون يمثلون مؤسسات دولية مرموقة، بينما المندوب بعيداً عن هذا الجو التنافسي ويبقى تنافسه ضمن الأطار المحلي، الأمر الذي يعطي للمراسل تفوقاً في الخبرات الصحفية والمأما في النواحي المهنية والثقافية والسياسية وتشعب في أفكاره ورؤاه، بمعنى "تجربة مراسل".
4. إن اختيار مراسل للعمل خارج البلاد ينطلق من الاعتراف بخبرته وتجربته الصحفية عندما كان مندوباً، وهذا يعني أنه تجاوز مرحلة المندوب إلى مرحلة متقدمة، بينما ما يزال في مرحلة بدائية من عمله وخبرته.
5. يكون ارتباط المراسل بالمؤسسة عن بعد عبر منظومة اتصالات وتقنيات ما يتيح له فرصة التحرك بعيداً عن قيود وضوابط العمل الروتيني في داخل المؤسسة التي تطبق جميعها على المندوب لكون يعمل في المركز، (د. قيس الياسري وآخرون، وكالات الأنباء، ليبيا، مصدر سابق، ص 146-156)

الأمن والقيم المهنية في التعامل مع الصينغ الأخبارية

البحث الأول

أهمية القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة في الاخبار

أولاً: مفهوم وتعريف القيم الاخبارية (عناصر الخبر):

ان مفهوم القيمة يمثل نقطة التقاء لمختلف العلوم الاجتماعية، بل وأصبح قاسماً مشتركاً لتقارب الدراسات الانسانية، كون القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وهي تمس العلاقات الانسانية بكافة صورها، دون ان تتحدد بنطاق الفكر الفلسفي وحده، وتشكل دراسة القيمة مكانة رفيعة في احاديث الناس المعتادة وجوانب سلوكهم اليومية، وايضا تشغل مكانة واسعة من موضوعات البحث في العلوم الاجتماعية، وتحظى بأهمية خاصة في الدين والفن والفلسفة (د. هاشم حسن، فلسفة الخبر الصحفي، عمان، دار ورد للنشر والتوزيع، 2008، ص 59) ان مصطلح القيمة يعد من المصطلحات المعقدة لكونه متعدد المعاني، حيث تتداخل فيها الفلسفة بالعلم، والدين واللغة والاجتماع والاقتصاد وعلم النفس والسياسة وباقي العلوم الانسانية الاخرى وحتى الطبيعية، لتتجسد هنا حقيقة مصطلح القيم الاخبارية، ويتطلب الامر وضع اشتراطات منهجية لتسهيل عملية وضع تعريف اجرائي خاص بالقيم الاخبارية، حسب ثلاثة معايير حددها الخبير الامريكي رالف بارتون بيري وهي كما يلي:

1: المعيار اللغوي:

ويتطلب هذا المعيار الالتزام بعناصر الرموز والالفاظ والتسميات والضوابط الاصطلاحية التي يجب تحديدها في البداية بالمعنى العقلي المقصود باستعمالنا للفظ القيمة، والهدف المطلوب اثارة الاهتمام به.

2: المعيار المنطقي:

مراعاة الجوانب المنطقية للتعريف فلا يرتبط التعريف بالتسمية فقط بل بالادراك، ومعمولية توفر الأفكار والمعاني الجديدة من المعاني القديمة، ويتطلب في هذا المعيار توفر أداة لتصنيف وقياس القيم الاخبارية المستمدة من القياسات والتصنيفات المعتمدة في العلوم الاجتماعية الأخرى، بحيث تكون ذات معطيات مع معطيات النظرية الاتصالية.

3: المعيار التجريبي:

المطلوب كما ينبغي في هذا المعيار ان تتوفر في التعريف عناصر الدقة اللفظية والحدود المنطقية وايضا التوظيف والتطابق مع مجموعة معينة من الحقائق بالامكان دراستها ووضعها في سياق بناء منظم، (د. احمد عبد الحليم عطية، القيم في الواقعية الجديدة، القاهرة، دار الثقافة 1989، ص 163 - 185).

ويقول باحث أن أغلب التعريفات التي اطلعت عليها اتسمت بالتباين في توفر المعايير الثلاث التي دقق فيها حيث شابها الغموض والخلط ما بين مفهوم القيم الاخبارية والمفاهيم الإعلامية الأخرى (د. هاشم حسن، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 61)، وقد يكون أول تعريف وتفسير معاصر لمفهوم القيم الاخبارية هو ما قدمه خبيراً الاتصال كلا من "يوهان غالتونك وماري روعة" بأنها المعايير التي إذا ما توفرت كلها أو بعضها في حدث ما زادت في احتمالات الإبلاغ عنه، وهذه المعايير تتجسد في التكرار والجسامة والوضوح والدالة أو اللفة والاعتیاد والتطابق أو التوافق والمفاجئة والاستمرارية والتركيبية (James Wastson and Annel Hill, A dictionary of communication, media studied, london, amedia, 1984 p.115- 116)، ان هذا التعريف يتحدث في اطار الاشكال المبسطة لعملية الاتصال عن القيمة الاخبارية من زاوية: الرسالة (الحدث أو الخبر) أولاً، وعلاقة ذلك بالمرسل (القائم بالاتصال) الذي ابلى عن الحدث ثانياً، ويتضح تجاهل العنصر الثالث وهو الجمهور (المتلقي)، (د. هاشم حسن، مصدر سابق، ص 61) فيما ينظر طرف آخر الى القيم الاخبارية بانها اطر للاخبار يستدل من خلالها الصحفيون على ما هو جديد لان يكون خبراً وهذه الافتراضات تؤثر على انتقاء البنود او المواد للتحري والإبلاغ وكيفية تقديمها بعد اسباغها بمعنى او هدف.. اي ان الاطار يوفر حساسية جاهزة لانشاء وانتقاء الاخبار بمواعيدها المحددة، وبرغم ما اعطي من تعريفات فان منظرين ومنهم جون هارتلي فسروا القيم الاخبارية من زاوية الجمهور واطلق عليه (أدراك الخبر) بمعنى القيم الاخبارية في هذا الاستعمال الجديد بانه: الوصف لقدرة القاريء او المستمع او المشاهد على استيعاب الرموز والمعايير والاعراف في برامج الاخبار للتمكن من تدقيق الخبر وادراك جملة وشخصياته واحداثه والقدرة التلقائية على تفسير العالم بمنطوق الرموز المستمدة من الاخبار، (Wastson, and annel hill, ibid.p. 114) ويفسر البعض القيم الاخبارية بانها كل ما يطلق على اختيار وبناء ومثل الاخبار وتشكيلها معاً لخلق ما يفيد للصحافة والاذاعة، وهي ليست صفة خاصة للصحفيين أو لاساليبهم وانما هي نتيجة لتفاعل العديد من العوامل التي تسهم في بناء مستلزمات القصة الاخبارية، وينطلقون من خلال هذا التعريف من نظرة خاصة تميز الحدث عن القصة الخبرية، ويؤكدون بان القيم الاخبارية ترتبط بالقصة الخبرية وليس بالحدث (Jim

هذا التعريف بأنه شمل جميع اطراف العملية الاتصالية عند تحديد مفهوم القيم الاخبارية لكنه اتسم بالعمومية (د.هاشم حسن، فلسفة الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 62).

ثانياً: القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة في الأخبار:

وتعد الأخبار مضموناً إعلامياً على درجة عالية من الأهمية في الخريطة البرمجية بمعظم وسائل الاعلام مثل الصحف والاذاعات والقنوات التلفزيونية سواء كانت تقدم كمضمون اعلامي مع مضامين أخرى على القنوات الفضائية العامة أو كونها مضموناً أساسياً في القنوات الاخبارية المتخصصة، وفي الحالتين توجد عدة عناصر يجب توافر احدهما على الأقل حتى يكون الخبر صالحاً للنشر. بالصحيفة أو الاذاعة أو الفضائية أو الصحيفة الالكترونية ويطلق عليها ((القيم الاخبارية (NEWS Value)) وتعرف القيم الاخبارية على انها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على اساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، أو هي المعايير التي تحكم عملية انتقاء وجمع الأخبار وتحريرها وهي في مجملها صعبة التنفيذ، ويمثل محاولة فهم طبيعة هذه القيم وتحديد ما هيبتها أهمية كبرى للممارسين الاعلاميين، اذ تتحدد على ضوءها مسألة اختياراتهم وأسلوب عملهم في عملية التغطية الاخبارية، وفي حين يذهب معظم الاعلاميين الى أنهم يحققون قيمة الموضوعية على سبيل المثال الا أن الممارسة الفعلية تكشف عكس ذلك، ويعني مفهوم القيم الاخبارية بانها الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي التي تفصح عن مضمون الحدث ليتحول إلى موضوع يجري تداوله والاطلاع عليه من قبل الجمهور، ومن الصعوبة بمكان ايجاد تركيبة ثابتة للقيم أو العناصر الاخبارية، ولطالما انها عملية متفاعلة وقوة مؤثرة تتفاعل مع طبيعة الأحداث وحجمها وأبعادها وإمكان وقوعها، فلا بد أن تتأثر بالنظم والاوزاع السياسية والاقتصادية والثقافية والاعلامية التي تعمل في إطارها، (توماس بيري، الصحافة اليوم، ترجمة مروان الجابري، عمان، مؤسسة بدران للطباعة والنشر، 1964، ص 81) إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة، نظرية أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية، ويقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنقل إلى الجمهور، وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تنبع من طبيعتها، وهنالك خلط حاصل لدى البعض من الباحثين ما بين عناصر الخبر والقيم الاخبارية، فبينما نلاحظ أن البعض يفصل بينهما نرى أغلبية أخرى تزعج بينهما في عنوان واحد فكليةهما يحمل نفس الصفات المطلوبة بالمادة الخبرية، ويقسم البعض القيم الاخبارية إلى فئتين هما:

1. القيم الاخبارية الأساسية: وهي القيم التي لابد أن تتوفر في الخبر ولا يكون الحدث خبراً بدونها، ومنها الجدة، الحالية، الأهمية.
2. القيم الاخبارية التفصيلية: وهي القيم التي يعني توافرها في خبر ما زيادة نسبة ترجيح نشره أو أذاعته فهي معايير يتم على أساسها تفضيل خبر على آخر والحكم بصلاحيته للنشر أو الاذاعة ومنها: القرب، الضخامة، الغرابة، الشهرة، الصراع.

(أ) القيم الاخبارية:

1. القيمة الفورية Timeliness value:

يعتبر الاهتمام بقيمة الحالية من العناصر الأساسية في نوعيات القصص الاخبارية المختلفة وخاصة القصص الاخبارية التي تدور حول موضوعات سياسية وتحديداً أخبار الانتخابات حيث يشبهها كلا من روبنسون وشيهان Robinson & Sheehan بأنها تشبه سباق الخيول، وأضاف باترسون (1994) Patterson أن صراع السبق الصحفي في التغطية الاخبارية زادت عن حدته بشكل متصاعد ودرامي خلال العقود الثلاثة الاخيرة من القرن العشرين، حيث ان عامل الوقت في صناعة الأخبار أصبح أكثر حسماً بعد ظهور القنوات الفضائية بسبب المنافسة الشرسة بينها، ما جعل نشرات الأخبار التي يفصل بينها ساعتين أو ساعة أو أقل تحوي قصصاً اخبارية مختلفة عن بعضها البعض، وبالتالي أصبحت القصص الاخبارية تفقد جدتها بعض الوقت أكثر مما كان عليه الحال في الماضي، ولذلك يعتبر عنصر الزمن من أهم القيم في مجال الاخبار، حيث أنها لابد أن تكون حديثة لجذب انتباه الجمهور من خلال تعريفه بأخر مستجدات الأحداث في العالم، وهذا يقود إلى تعريف جديد للخبر بأنه (معلومة تصبح أقل قيمة لو يسمعها الجمهور غداً بدلاً من اليوم)، وتعد هذه القيمة من أهم القيم بالنسبة إلى وسائل الاتصال الالكترونية منها بالنسبة إلى وسائل الاتصال التقليدية، حيث ان الأخيرة تعوض التأخير بنشر تفاصيل أكثر أو تحليلات متعمقة، ويؤكد ريتشارد بستيك Richard Bestic على هذه القيمة بتعريفه للخبر التلفزيوني بأنه (حدث وقع منذ خمس دقائق وسيدوم تأثيره لخمس دقائق أخرى)، وتعد هذه القيمة هامة في الأنظمة الديمقراطية.

2. قيمة الأهمية Importance:

يبرز دور عنصر الأهمية من خلال توفر أكثر عدد من العناصر في الخبر الصحفي الواحد، حيث ان الاخبار التي تتناول أحداثاً هامة تلقى صدى أكثر من غيرها لدى الجمهور، وحادث تصادم طائرة عراقية بأخرى إيرانية في حرب الخليج العربي الأولى

1980-1988 في محاولة غير مألوفة نفذها طيار عراقي بعد ان نفذ سلاحه وحصل الانفجار أهم من حادث سقوط طائرة بنيران أرضية وهناك معادلة وضعها بيهر ولنجانر Behar Lyengar تتعلق باختيار الأخبار وبناء على أهميتها وهي:

الأخبار التلفزيونية = الواقع في العالم الحقيقي + مقدار أهمية القضية + قدر الخطأ الناتج عن قصور لغوي + مدى الحرفية الاعلامية في صياغة الخبر، وقد أظهرت العديد من الدراسات الأهمية النسبية لهذه القيمة الاخبارية بغيرها من القيم التي يراعيها المحررون الاخباريون.

3. قيمة القرب proximity value:

القرب هو مدى اقتراب الجمهور من الأشخاص أو الأماكن أو الموضوعات أو القضايا الواردة في الخبر، وبذلك فان الأشياء التي تكون قريبة من المشاهدين سواء جغرافياً أو نفسياً أو عاطفياً تكون هي الأهم بالنسبة اليهم وبالتالي من المفترض اعطائها أولوية خاصة في الاذاعة أو النشر، وهناك نوعان من القرب على النحو الآتي:

1/3 - القرب الجغرافي Geographically closeness:

ذلك أن خبر موت عدة افراد في حي قريب من المشاهد أهم من خبر عن موت المئات في دولة بعيدة، ومن المفترض أن تهتم المؤسسة الاعلامية المحلية بهذا الخبر المحلي وتنفرد له مساحة وزمنا أكبر من الخبر الذي وقع في دولة بعيدة، ويعتبر خبر مقتل 40 شخصا من عائلة واحدة تتألف من الاب وابنائهم الخمسة ونسائهم مع أولادهم الصغار خلال اجتماعهم في منزل الوالد في حي الجولان بمدينة الفلوجة في "معركة الفلوجة الثانية" بنوفمبر/تشرين الثاني 2004 التي حدثت بين رجال المقاومة وقوات جيش الاحتلال الامريكي، حيث تابعه الملايين من العراقيين عبر قنوات فضائية لأنه يتعلق بهم، وهذا يؤكد نتائج الدراسات التي تشير الى ان الاخبار المحلية تحظى بمعدلات متابعة مرتفعة من أفراد الجمهور المحلي، لأنها تمس حياتهم بشكل مباشر أكثر من الاخبار الخارجية التي لا تؤثر في حياتهم، وتنطبق على هذا المقولة المشهورة "خبر وجود ذبابة على العين أهم من خبر حول وقوع زلزال في الصين".

2/3 - القرب العاطفي - emotion closeness

ويعني هذا المفهوم ميل الجمهور إلى الاهتمام بالأحداث التي تمسهم بشكل شخصي وتبدو قريبة منهم ومن أسلوب حياتهم، وقد تكون هذه الرابطة أو القرب

العاطفي بسبب: النوع، الديانة، السن، والعرق، ومعروف ان الجمهور يتفاعل بشكل اكبر مع العنف، عندما تكون الضحية شخصية معروفة بالنسبة اليهم وبالتالي يستطيعون التوحد عاطفيا معها emotion empathy وهي احد العناصر التي أشار إليها فيرمستون 2002 في دراسته فهي تؤثر في درجة تفاعل الجمهور مع العنف الواقعي المقدم في نشرات الاخبار،(د. نهى عاطف العبد،مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، العدد 1 السنة 2011، ص 85 - 89).

4. قيمة التأثير impact value

تدرك المؤسسة الصحفية أن الخبر الذي يشكل تأثيره مباشراً في الناس تكون فرص نشره كبيرة، ومن هذا لا بد أن تكون لدى الصحفي أو المخبر أولوية في أهمية الاخبار التي تشكل أهمية كبيرة لدى اكبر عدد ممكن من الناس، انطلاقاً من المقولة القائلة "من لا معلومات عنده لا رأي سديد له"، فخير عودة الكهرباء الوطنية في العراق لمدة 24 ساعة بدلاً من 3 ساعات بالنهار وثلاث بالليل، أكثر تأثيراً من خبر إقامة احتفالية فنية عند الناس، ويطلق البعض على هذه القيمة أيضاً اسم ((العاقبة)) ويقصد بها ما ينجم عن الخبر من نتائج سواء ايجابية او سلبية وترتبط هذه القيمة بقيمة أخرى وهي ((سعة الخبر)) حيث تزداد القيمة التأثيرية للخبر كلما كان عدد أولئك الذين سيتأثرون به أكبر، أي كلما اتسع نطاق الاهتمام به كان ذلك مؤشراً ايجابياً لصلاحية الخبر للنشر أو الاذاعة.

5. قيمة الجدة novelty value:

إن هذه القيمة التي تسمى الجدة او الحالية تعني ان يكون الخبر جديداً مجارياً للحدث، لأن الخبر اسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد مرور ساعات على حدوثه، وكلما تأخر من حيث الوقت عن النشر والتداول تحول إلى سلعة بايعة أو بضاعة تالفة، وأفضل ما ينطبق على هذه القيمة هو ان يتعلق الخبر بحدث يقع لأول مرة أو وقع لمرة واحدة مثل حدوث فيضان في نهر دجلة وتعرض العديد من الاحياء السكنية ببغداد للغرق، وتستخدم في تحرير هذه الاخبار كلمات منها: firsts , lasts,only (د.عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر، 2009، ص 69).

6. قيمة الغرابة unusualness value:

تعتبر الاحداث التي تبتعد عما هو مألوف من أحداث يومية ((أخبار هامة)) ولكن لابد أن تكون غريبة ومثيرة للتساؤل، وذلك انطلاقاً من العبارة الشهيرة ((عندما يعرض كلب رجلاً ذلك ليس خبراً، ولكن عندما يعرض رجل كلباً ذلك هو الخبر)) ويطلق

البعض على هذه النوعية من الاخبار مسمى ((الأخبار غير الاعتيادية untypicality news)) حيث يكون الخبر صالحاً للنشر أو الاذاعة بدرجة أكبر، اذا كان يدور حول حدث كبير وغير اعتيادي فأن حادث قتل يكون الجاني فيه شخصاً بالغاً لا يعد خبراً جذاباً لأن له طبيعة اعتيادية، بينما خبر عن قتل طفل لوالديه صعباً بالكهرباء، يعد خبراً لأنه يتسم بالغرابة حيث إن هذا الفعل لا يتناسب مع طبيعة الاطفال وفطرتهم، وتقرب قيمة الغرابة من ((قيمة الاثارة interesting)) وهي ان يجعل الخبر المشاهد في حالة تفكير وتقرب ولا يكون الخبر روتينياً أو متوقعاً.

7. قيمة التوقع Exceptional Quality value:

تتركز اهمية الخبر في مدى ما يثيره من لدى القارئ من توقع لما ينتج عنه أو يثيره في ذهن القارئ أو المستمع من تساؤلات عن نتائج هذا الخبر سواء على القارئ أو المجتمع، ونظراً الى أهمية الأخبار المتوقعة Expected News تلك التي تغطي أحداثاً يومية يقتنصها المراسلون، يكون من واجب المراسل المتفرس امتلاكه لمجموعة من المصادر التي تزوده بالأخبار المتوقعة قبل غيره من زملائه المراسلين، ومثال ذلك إذا تمكن شخص من إصلاح خلل في جهاز التلفاز بشكل صحيح فهذا ليس خبر، لكن عندما يتحدث الخبر عن شخص فاقد البصر والسمع فإنه يحقق القيمة الخبرية..(د.عبد الرزاق الدليمي، الخبر في وسائل الاعلام، دار المسيرة، عمان، 2012، ص 35- 36).

8. قيمة السلبية negativity value:

إن القارئ أو المستمع يكون هو المعيار في قبول الخبر أو رفضه، وبالتالي فإن الاخبار السيئة تكون مفضلة عادة على الاخبار الجيدة، وكما يقول مارشال ماكلوهان marshal mcluhan وهو من مشاهير المنظرين في مجال الاعلام، فإن الاخبار الجيدة الوحيدة التي تنشرها الصحف هي الاعلانات، لا شك ان الثقافة الصحفية الخاصة بأحدى المؤسسات الصحفية تختلف عن تلك الخاصة بغيرها من المؤسسات الصحفية، ولكن الباحثين تمكنوا من تحديد العديد من الفروض المشتركة التي تكون متضمنة باستمرار في النقاشات اليومية،وعليه فإنه برغم تغير القيم الصحفية بمرور الزمن واختلاف اساليب تطبيقها من مؤسسة صحفية لأخرى، فأننا نستطيع مع ذلك ان نشير إلى هذه القيم وما شابهها باعتبارها معايير متجانسة نسبياً تحدد الاعمال الهامة التي ينبغي القيام بها، وهناك مقولة شهيرة في هذا الاطار وهي ((الاخبار السلبية غالباً ما تكون اخبار جيدة Negative news Is)) فالأخبار حول الصراع والحروب تعتبر من الأخبار الهامة.

9. قيمة العدالة Justice value:

يتقبل المشاهدون قدراً كبيراً من العنف في الأخبار بدون الشعور بأستياء أو الغضب، إذا ما اقتنعوا ان ضحية هذا العنف تستحق ما يقع عليها من العنف، حيث يحقق ذلك نوعاً من العدالة من ناحية، كما تفسر قيمة العدالة من ناحية أخرى وضرورة اكتمال المعلومات عن الخبر والالتزام والامانة والحياد في عرضها، (ستيوارت الآن، ثقافة الاخبار، ترجمة هدة فؤاد، مجموعة النيل العربية، 2008، ص 125).

10. قيمة التأكد Certainty Value:

يتفاعل المشاهد بشكل أقل مع الاخبار التي يعرف نهايتها، بينما الأحداث غير المعروف نهايتها تكون أكثر جاذبية ويكون هناك دافعية أكبر لمتابعتها ومشاهدتها.

11. قيمة التشكيل او التركيب Composition Value:

إن الحاجة إلى تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعل المحرر أو الناشر يطرح بعض العناصر المتناقضة ومنها: التوازن ما بين نسبة الأخبار المحلية والأقليمية والدولية، والتوازن ما بين نسبة الأخبار الجادة والخفيفة.

12. قيمة التأثير المستقبلي المحكم Possible Future Impact Value:

تجذب الأخبار التي لها تأثير مستقبلي محتمل الجمهور بشكل أكبر من الأخبار التي ليس لها تأثير مستقبلي، فإذا أذيع خبر عن مرض خطير منتشر في الولايات المتحدة الأمريكية فهو خبر غير هام للجمهور غير الأمريكي، إلا إذا كانت هناك احتمالية لانتشار هذا المرض في المستقبل بدور أخرى ومنها الولايات المتحدة الأمريكية.

13. قيمة ورود الشخصيات البارزة Personalisation Value:

تعتبر من القيم الاخبارية الهامة سواء من منظور الدول الغربية أو الدول النامية على حد سواء، حيث إن اصفاء الطابع الشخصي على الأحداث يكسبها جاذبية خاصة، إذ إن ((الاسماء تصنع الأخبار Names Make News))، فالأحداث التي تدور حول شخصيات هامة ومشهورة تجذب الانتباه بصورة أكبر من تلك التي لا تتضمن اشخاصاً، وكذلك تكون احتمالية نشرها أو إذاعتها أكبر من الأخبار التي تدور حول اشخاص عاديين، كما تكون الأحداث التي لها طابع شخصي، حيث تدور حول ((أشخاص)) حتى لو

كانوا شخصيات عادية، تكون أكثر جاذبية من الأحداث التي لا يقوم بها شخصية معركة للأحداث، إذ يميل المشاهدون إلى الارتباط بالأخبار التي تدور حول أشخاص أكثر من الأخبار التي تحوي أحداثاً مجردة.

ويؤكد هوارد سميث Howard Smith الخبير التلفزيوني على هذه القيمة بقوله: إن الخبر التلفزيوني هو صورة وكلمة وشخصية، إن الآلاف من الأشجار ضحت بحياتها ليُصنع منها ورق الصحف الذي استخدم في تغطية أخبار زيجات الممثلة العالمية اليزابيث تايلور، ويصور هذا المثال مدى تأثير هذه القيمة الخيرية، (د. نهى عاطف العبد، مصدر سابق، ص 85 - 89).

14. قيمة الضخامة Amplitude value:

كلما كان الحدث أكبر كان أفضل، وكلما كان دراماتيكية كلما زادت قوة تأثيره في الجمهور، وتنبثق من هذه القيمة قيمة فرعية، وهي عدد الأشخاص المتورطين أو التأثيرين بالحدث The Number Of People Involved Or Affected، بمعنى أن كلما زاد عدد الأشخاص الذي يعدون أطرافاً فاعلة ومتورطة في الحدث أو عدد الأشخاص الذين يمكن أن يتأثروا بالحدث كلما كانت احتمالية إذاعة أو نشر هذا الخبر أكبر لأنه يكون أكثر جاذبية للجمهور.

15. قيمة الصراع Conflict Value:

يعتبر الصراع والتوتر قيمة إنسانية قديمة قدم التاريخ، فالإنسان منذ بدا الحياة يصارع ذاته ويصارع الآخرين والدول تصارع بعضها البعض وهذا الصراع يشكل المادة الخام للدراما والأخبار ومن المفترض من وسائل الإعلام أن تكون الوسيط الذي يتم على عرضه مناقشة الصراع الذي يقسم الذي يقسم الدول والشعوب، وقد زادت أهمية هذه القيمة في الوقت الحالي نتيجة كثرة الصراعات والحروب من ناحية وزيادة عدد وسائل الإعلام التي تعد الصراعات والحروب المادة الخام التي تتناولها من ناحية أخرى.

16. قيمة الاستمرارية Continuity Value:

تعتبر الأخبار التي لها تطورات متجددة بشكل يومي في إطار الحدث الأصلي من الأخبار الصالحة للنشر في الصحف أو الإذاعة لفترة طويلة على الشاشة، لأن الجمهور يكون لديه شغف وتطلع لمعرفة آخر التطورات، كحادث غرق العبارة السلام⁹⁸، والأفعال

وردود الافعال التي تكون شبه يومية، (د.اميرة الحسيني، فن الكتابة للاذاعة والتلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، 2005، ص 64- 65).

17. قيمة الصفوة Elite Value:

وهي قيمة إخبارية غربية بالدرجة الأولى، ولها شقان:

اولهما: ((دول الصفوة وهي Elite Value Nations)) وتعني ان هناك أولية لتغطية اخبار دول العالم الاول انطلاقاً من كونها دول صفوة من ناحية، وأهتمام الجمهور بمعرفة اخبارها من ناحية أخرى.

وثانيهما ((الشخصيات الصفوة Elite Persons)) وتعني ان هناك أولوية لتغطية أخبار الصفوة من السياسيين والفنانين والمشاهير عموماً نظراً إلى تطلع أفراد على الجمهور للتعرف على أخبارهم.

18. القصص التي تدور حول حدث معين Orientation Stories Event:

ان القصص التي تدور حول حدث محدد تكون احتمالات نشرها أكبر من القصص التي تتكلم عن قضية طويلة الامد بدون التركيز على احداث محددة.

19. قيمة الأهتمام Interest Value:

تحقق قيمة الاهتمام عند نشر- أو اذاعة الاخبار التي تجعل اخبار الجمهور يتحدثون عنها لفترة، نظراً إلى ما يتوافر في هذه الاخبار من اثاره تساعد على الهروب من روتين حياتهم اليومية لبعض الوقت، فهي اخبار ليس لها تأثير مباشر في حياتهم، الا انها تشبع ((غريزة حب الاستطلاع)) لديهم.

20. ((قيمة التشابه الثقافي Cultural Similarity))

وتعني ان الاخبار تكون صالحة للنشر أو الاذاعة بدرجة اكبر أو الاذاعة بدرجة اكبر لو كان هناك تقارب من الناحية الثقافية والايديولوجية بين الدولة التي تبث الخبر والدولة التي يدور الخبر فيها، وهناك ((قيمة العلاقات الاقتصادية Economic Relations)) وتعني ان الاخبار تكون صالحة للنشر أو الاذاعة بدرجة اكبر لو كان هناك علاقات اقتصادية بين الدولة التي تبث الخبر والدولة التي يدور الحدث فيها.

21. قيمة لغة الأخبار News Language Value:

وهي قيمة متغيرة من مجتمع إلى آخر، إلا أنه يوجد حتى الآن تكريس لمفهوم القطبية، فهناك مصطلح الشرق الأوسط والعالم الثالث، حتى نفس الشئ يطلق عليه في العالم الأول اسم يختلف عما يطلق عليه في العالم الثالث، فعلى سبيل مثال يطلق على القوات العسكرية الموجودة في الولايات المتحدة Chiefs Of Staff بينما يطلق عليها أثناء وجودها في العالم الثالث War Lords، (د. نهى عاطف العبد، مصدر سابق، ص 85 - 89).

(ب) أهم العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار:

بالإضافة إلى ما سبق ذكره من قيم إخبارية، توجد عوامل تؤثر في اختيار الأخبار ومعالجتها منها:

1. الحس الإخباري للمحرر Instincts of Editors:

يتطلب أن يكون المحرر الإخباري صاحب خبرة مهنية طويلة لأن ذلك سيساعده لمعرفة الأخبار حين يراها، ويميز بين ما يصلح للنشر أو الإذاعة وما لا يصلح.

2. طبيعة الجمهور Audience Nature:

لابد أن تعرف الوسيلة الإعلامية طبيعة جمهورها ورغباته واحتياجاته، ونوعية الأخبار التي يسعى إلى معرفتها، حتى تلبي احتياجات كافة فئات الجمهور ويتأتى ذلك من خلال دراسات ميدانية تجرى على الجمهور.

3. توقيت النشرة:

إن مدة النشرة التي تختلف من مؤسسة إخبارية لأخرى هي التي تسمح باختيار أخبار معينة وإهمال أخبار أخرى رغم أهميتها، لذلك يتم الاعتماد على قاعدة ((الأهم فالأقل أهمية)) في اختيار الأخبار، وفي الواقع هنالك الكثير من المؤسسات الإخبارية لم تلتزم بهذه القيمة، فتجد نشرات تستغرق 20 دقيقة وأخرى تتجاوز الساعتين في نفس القناة أو الإذاعة والحال يسري على الصحف من حيث المساحة.

4. فلسفة الوسيلة **The Philosophy Of The Medium** أو الخط التحريري **Editorial Line**: يخضع اختيار الأخبار الصالحة للنشر أو المذاعة لفلسفة الوسيلة وتوجهاتها الفكرية والسياسية.
5. ضغوط الناشرين أو مالكي القناة **pressure From The Publishers**: يعرف أغلب المحررين الإخباريين اتجاهات مالكي قنواتهم، لهذا يفرضون على أنفسهم ((رقابة ذاتية)) حيث يتم معالجة الأخبار بما يتلاءم مع آراء مالكي الوسيلة التي لا تكون مكتوبة في كثير من الأحيان — واتجاهاتهم، وإن لم ينتبه المحرر إلى ذلك فإنه سيقوم به بعد إصدار أوامر له بالالتزام بالسياسة التحريرية للوسيلة.
6. تأثير المعلنين **Influence Of Advertisers**: يضطر المحررون إلى عدم اختيار الأخبار التي يحتمل أن تضر بمصالح المعلنين أو قد يعالجونها بما يتناسب مع مصلحة المعلن.
7. الخليط أو المزيج الإخباري **News Mix**: تحاول وسائل الإعلام الإخبارية تحقيق التوازن بين كم الأخبار المحلية والإقليمية والدولية من ناحية، وكم الأخبار الجادة والخفيفة من ناحية أخرى، حتى تتناسب المادة الإخبارية مع كافة فئات الجمهور.
8. المنافسة بين وسائل الإعلام **Competition Among media**: تتنافس كل وسائل الإعلام في مجال الأخبار، وكل وسيلة لها عناصر قوة وعناصر ضعف في تغطية الأحداث المختلفة، وتحاول كل وسيلة تحقيق السبق الإخباري على الوسائل الأخرى، ولكن قد يؤثر ذلك في مدى صدق وموضوعية المعالجة الإخبارية نتيجة عنصر السرعة، (د. نهى عاطف العبد، مصدر سابق، ص 88 - 89).

المبحث الثاني

الشكل الصحفي لقوالب الصياغة الخيرية

إن لجميع القصص الاخبارية هيكلية أو بنية تستند إليها في الصياغات التحريرية، ومن دون توفر هذه الهيكليات فإن القصص الاخبارية تبقى خليطاً غير متجانس تمزج ما بين الحقائق والوقائع المتعددة، فالقصص الاخبارية تسير وفق نهج تحريري يعتمد قواعد حرفية لها سماتها وأصولها لتعطي معانيها بوضوح، ومعلوم ان لكل قصة أو حكاية قالب معين يتناسب معها بحسب طبيعتها، ومن هنا فالصحفي المتمرس هو الذي يضع قصته الاخبارية في القالب المناسب لها، وهنالك العديد من القوالب الفنية التي تعتمد في الصياغات الاخبارية وهي:

1. قالب الهرم المعتدل:

وتأتي صياغة هذا القالب الفني على نمط البناء الفني المعماري للهرم المعتدل، ويعد من اقدم الاشكال الصحفية التحريرية، حيث دخل الى عالم الصحافة الاخبارية مستعاراً من المجلات عندما كانت تستخدمه في كتابة المقالات التي تتسم بالطابع السردى، وفي هذا القالب ينقسم الخبر إلى ثلاثة اجزاء وهي:

(1) استهلال موجز

(2) انتقال مناسب الى السرد او (الترتيب)

(3) معلومات إضافية.

والاستهلال أو المقدمة التي ترد فيها معلومات تمهيدية تمثل مدخلا للخبر، والتي قد تكون عبارة عن وصف أو تشبيه وغير ذلك، ثم الدخول في جسم الخبر أو التفاصيل حيث تبدأ الأهمية تبرز كلما نزل مؤشر الهرم باتجاه الأسفل حيث نصل للأكثر أهمية وحسب الفقرات، وكل فقرة تأتيك بحقائق أكثر من سابقتها ليكتمل البناء التحريري للحدث، والغريب بأن القارئ يتفاجأ عندما يبلغ من القراءة الى حد الخاتمة بنهاية الخبر بالحقائق الأكثر أهمية وتعزز ما ورد في الاستهلال وهكذا يقع الخبر في وحدة منسجمة جاءت على شكل سرد قصصي، ويكون مستوى التفاعل أكثر من السطور السابقة سواء في المقدمة أو جسم الخبر (د. عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، مصدر سابق، ص 199)، ويعد من أقدم القوالب الفنية وجاء متماشياً مع بداية نشوء الصحافة والتعامل مع السمات

الأخبارية، وأكثر ما يناسب هذا قالب الفني اليوم استخدامه في القصص الأدبية وأحداث الجرائم والقصص ذات البعد الأنساني وقصص النجاح في الحياة والكفاح وكذلك يأتي استخدامه مناسباً في المقالات التي ترد في الصحف والمجلات، وتستخدم كبريات الصحف العالمية اليوم أسلوباً وسطاً بين قالب السرد الزمني للأحداث وقالب الهرم المقلوب، في محاولة للتخلص من النمطية الحاصلة في التحرير ويعتمد هذا القالب باستهلال ذروة المعلومات ثم يتبعه بسرد بسيط يلتزم فيه أسلوب التتابع الزمني للأحداث بدقة حتى أنه يرد لدى البعض من المؤلفين بتسمية قالب التتابع الزمني للأحداث، ومن أبرز مميزاته أنه:

1. ضرورة الحفاظ على قيمة الخاتمة لكونها تتضمن أهم التفاصيل والحقائق
2. قراء الصحف التي تعتمد هذا القالب الفني هم من الناس الكبار والذين لا يهتمون بالوسائل الإعلامية الأخرى بقدر ما يتواصلون مع قراءة هذه الأخبار الطويلة ولديهم متسع من الوقت.

2. قالب الهرم المقلوب:

وهو من أهم القوالب التحريرية في صياغة الاخبار وأكثرها ملائمة في عصرنا الحاضر الذي يشهد تنافساً محموماً بين وسائل الاعلام في كسب صداقة القارئ أو المستمع أو المشاهد رغم أنه اعتمد قديماً وتقريباً ما يزيد عن مائة عام لكنه يمتاز بالحيوية التي تساعد المحرر في تقديم العرض المعلوماتي في الخبر بطريقة ايجابية تخدم القارئ والمستمع والمشاهد وكذلك تعزز من شخصية المؤسسة اخبارياً، ويتصف هذا القالب بطريقة بناء فني تشبه الى حد كبير البناء المعماري للهرم مقلوباً، وينقسم الخبر وفق هذا البناء الى جزأين هما قمة الهرم حيث تبدأ بتحرير الخبر بالعناصر المهمة أولاً وهذه المرحلة تتطلب حاسة اعلامية ذواقة وتدريباً ومراناً طويلين، بحيث تتمكن البداية من تحريك اقتباه القارئ وتثير اهتمامه، وتبلغ نسبة تناول استخدام قالب الهرم المقلوب حوالي 90% في الاخبار التي تتناولها وكالات الانباء والفضائيات والمحطات الاذاعية ومن ثم المواقع الاخبارية الالكترونية ذات الاحتراف المهني المتطور، ثم تأتي فقرة جسم الهرم، وتتناول المعلومة الأكثر أهمية في المنطقة العريضة في الاعلى وتليها المعلومة المهمة والاقل منها أهمية وصولاً الى اقل معلومة ذات أهمية حتى تبلغ نهاية الخبر بالنهاية ذات الرأس المدبب، وتطبق نظرية الاهمية المتناقصة، ومن مميزات هذا القالب أنه:

1. يعطي أفضلية لعرض المعلومات الاخبارية وتوظيفها بشكل مناسب ومؤثر.
2. يساعد القارئ المستعجل في قراءة المعلومات من المقدمة وهو أسلوب تلجأ اليه الفضائيات ووكالات الأنباء والصحف الجادة.
3. يشجع تحرير الاخبار القصيرة لان اسفل الهرم فقرات لا تحتاج للتوسع بها او ربما حذف ما يمكن حذفه منها.
4. يساعد على الاختصار في المعلومات لكي لا تخلق مللا عند القارئ.
5. يساعد المحرر في سهولة اختيار عناوين الأخبار من المقدمة لكونها تأتي بنمط اخباري بحث.

- اسباب التحول في الصياغات الاخبارية من قالب الهرم المعتدل إلى قالب الهرم المقلوب:

1. المؤسسة الصحفية وفقا لقالب الهرم المعتدل:

- اعتمدت الصحافة مع بداية نشوئها على المحررين من الادباء والشعراء الذين يجهلون الصيغ المهنية عند تحرير الاخبار.
- غياب التنافس ما بين الصحف مع بداية انطلاقها ما جعلها لا تهتم كثيرا بأسلوب تحرير الاخبار لأن قراءها لا أحد ينافسها عليهم.
- غياب المدارس والاكاديميات وانعدام التجارب الصحفية التي تساعد على إعداد نخبة من المحررين للنهوض بواقع الاخبار من الناحية المهنية.
- بساطة الحياة التي تتسم بالبطالة وعدم انشغال الانسان بظروف الحياة وتعقيداتها.

2. المؤسسة الصحفية وفقا لقالب الهرم المقلوب:

- انتشار الصحف وتعدد أنواعها مع ظهور منافس قوي للصحافة متمثلاً بالاذاعة والتلفزيون.
- تطور الحياة وتشعب ميادينها ما دفع بالمؤسسة الصحفية لاختيار ابرز معلومة في المقدمة مراعاة لظروف الانسان.
- انتشار المدارس ومعاهد وكليات الصحافة والاعلام فضلا عن توفر التجارب الصحفية المتعددة الافكار ما دفع إلى تغيير واقع الحياة الصحفية.
- كثرة القراء المختصين بمتابعة الصحف وقراءة ابرز المعلومات في فقرة الاستهلال من كل خبر.

— وقت الانسان لم يعد طويلا لأنه توزع ما بين الاهتمام بشؤون الحياة العامة وكذلك ما بين الجريدة والاذاعة والتلفزيون والانترنت.

3. قالب الهرم المقلوب المتدرج:

ويستند هذا النموذج التحريري على أساس تشبيه البناء الفني للخبر بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج، أذ يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب وهو مجرد تطوير للقالب السابق ليناسب الاخبار المركبة الطويلة التي تحتوي على وقائع متعددة أدلى بها مصدر واحد أو مصادر عدة، ومقدمة هذا النموذج تتضمن أبرز الحقائق في الخبر، حتى يأتي جسم الخبر يحتوي على عدة فقرات كل فقرة منها تشرح جانباً من تفاصيل الحدث، ويعمل المحرر وفق هذا القالب المتدرج بالمزاوجة بطريقة فنية ما بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة، وتتضمن الصغيرة منها على اقتباسات المصدر المتحدث بينما الكبيرة تتضمن جانباً من النص الخبري مضافاً له شرح التفاصيل، ويناسب هذا القالب النشاطات الاخبارية التي تعتمد أسلوب السرد للحقائق المتعددة والكثيرة، خاصة المؤتمرات الصحفية وخطابات الرؤساء وكبار المسؤولين الدوليين وبيانات الحكومات والمؤسسات الفاعلة في المجتمعات (اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998، ص 46)، ولتوضيح صورة دقيقة عنها تكون وفق الآتي، مستطيل يمثل المقدمة يتضمن أهم تصريح للمسؤول، ثم يليه جسم الخبر فيكون وفق الآتي مستطيل صغير فيه أقوال مقتبسة للمصدر ويليه مستطيل واسع أو كبير يتضمن ملخص يشرح جانباً من التصريحات للقراء لكي يسهل فهمها واستيعابها، ثم مستطيل صغير فيه اقتباسات ثم مستطيل واسع منه عبارة عن ملخص ثم مستطيل صغير فيه اقتباس ثم مستطيل واسع يتضمن ملخص بالنهاية، ومن مميزات:

1. يستخدم مع الاخبار الطويلة حيث تفيد هيكلية المستطيلات الصغيرة والكبيرة في تجزئة الخبر مهما كان مطولاً.
2. يفيد استخدامه في كتابة التقارير الاخبارية المطولة أيضاً.
3. التقارير الاذاعية والتلفزيونية هي الأخرى غالباً ما تصاغ على هذا القالب.
4. لا يفيد مع الاخبار القصيرة مطلقاً سيما في الاعلام العصري.

4. القالب التشويقي:

ويهدف هذا القالب الذي يتميز بكونه مخالفاً تماماً لقالب الهرم المقلوب أن يأتي بعامل التشويق في عرض المعلومات والاحداث الاخبارية وان تكون أبرز قيمة للخبر

في نهاية الموضوع، وليس بإمكان جميع المحررين الصحفيين الكتابة بهذا الشكل الاخباري لأنه يتطلب قدراً كبيراً من المهارة والقدرة في خلق عنصر التشويق للقاريء بحيث يشده للتواصل حتى النهاية بصيغة عرض تتسم بالاسلوب الادبي والفني واللحن الموسيقي للكلمات، لكنه يتناول مساحة كبيرة في العرض ويناسب هذا القالب في الموضوعات الروائية والادبية والحوادث ذات البعد الإنساني، ولطالما ان هذا الشكل التحريري يعتمد الاطالة في العرض فأن على المحرر التشويقي الالتزام بعنصر الشد والتشويق في كل فقرات الخبر وان يتناول عرض الحقائق والمعلومات الأساسية بشكل متناسق وكأنه يرسم لوحة فنية متجانسة الألوان والأشكال، وفي حين يقر البعض بأنه يفيد في العرض الموسع للقصص الاخبارية فأن البعض الآخر يرى بان الشكل التشويقي يأتي ايضاً مع الاخبار الموجزة التي تكون عبارة عن فقرتين او ثلاث لا أكثر، ويكون وجودها في مساحات صغيرة بالصفحة يعني انها تفيد في طريقة الاخراج الصحفي وتعطي شكلاً اخراجياً جميلاً للصفحة، وتفيد في تحقيق عنصر التوازن مع الاخبار الجادة، ويرى البعض بأن انتشار هذا القالب يعود الى كونه:

1. يحقق سهولة الفهم للموضوع الاخباري.
2. أكثر تشويقاً ودراية.
3. عملية الفهم تأتي من خلال المتابعة من بداية الخبر حتى نهايته وفق العرض المناسب المشوق..(عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مصدر سابق، ص 138).

ومن أمثلة هذا النموذج الذي يسمى القالب التشويقي في التطبيقات المهنية الخبر الآتي:

برنامج غنائي يخلق ثنائية بين الموسيقى الساهر ومحنوش

بغداد 1 آذار 2013 (واع) اعرب الموسيقار العراقي كاظم الساهر عن سعادته بالإمكانية الفنية التي تتمتع بها المطربة التونسية الشابه يسرى محنوش.. فيما قرر الزواج قريباً بعد عزوف لوقت طويل، وقال الموسيقار العراقي كاظم الساهر الذي اشرف على اعداد المطربة التونسية الشابه يسرى محنوش عقب فوزها باستفتاء برنامج The Voice "أحلى صوت" أنا فخور بصقل موهبة غنائية واعدة، وفازت المطربة محنوش مؤخراً بالمرتبة الثانية في نتائج استفتاء برنامج The Voice من قناة ال mbc الذي لاقى إقبالاً جماهيرياً عربياً كبيراً على مدى اسابيع عدة، وأضاف الساهر الذي يعد من خيرة المطربين العرب في الغناء واللحن ويمتلك حضوراً واسعاً في الساحة الغنائية على صعيد العالم ان اختيار المطربة محنوش بالمرتبة الثانية يعد نجاحاً لي لاني واكبت معها خلال فترة البرنامج الذي انتجته قناة ال mbc بشكل يجعل منها لون غنائي مميز يطرب الجمهور بعذوبة

اللحن والصوت، وجاء اختيار المطربة محنوش بالمرتبة الثانية في حفل غنائي حضره جمهور عربي غفير ببيروت وتم التصويت بشكل مباشر حصل خلاله المطرب المغربي الشاب محمد البوريكي على المرتبة الاولى، وقال مصدر فني عراقي بأن الفنان الساهر ربما يقرر الزواج من محنوش بعد الشهرة الواسعة التي حظيت بها ومستوى التقارب الذي جمع بينهما اثناء فترة إعداد البرنامج.

وفي القالب التشويقي يتناول الخبر مقدمة مركبة تطرح في بدايتها معلومة اعتيادية وفي طرفها الاخر معلومة لكنها اكثر أهمية، وهنا يكون الجانب التشويقي الذي يمارسه المحرر الناجح لايصال القارىء إلى آخر معلومة مهمة تم طرح وخزة منها في الاستهلال.

5. قالب السرد المباشر:

أن لهذا القالب مكانته ورواده في عالم الصحافة، وغالبا ما يكون ميدان تناوله هو المجلات وكذلك الصحف خاصة في الأونة الأخيرة التي نشطت فيها وسائل الإعلام العصرية وخاصة الصحافة الالكترونية وسرقت الوقت الثمين والقارىء الصديق من الصحيفة، لأنها تتناول عرض الأخبار بأسرع وقت بينما ينتظر الصحيفة 24 ساعة لكي تصدر، ويتناول هذا القالب سرد الاحداث والتفاصيل من بداية الموضوع المنطقية حتى نهايته المنطقية، واذا كان استخدام هذا القالب مشاعا مع الموضوعات الطويلة في المجلات بحكم زيادة اسلوب العرض والتحليل التي تعتمد عليها، فإنه يصلح للاستخدام مع الموضوعات القصيرة في الجرائد، وان كان محدود التعامل به في الصحافة اليومية مثلما هو الحال في العقود الماضية وان كان سيتطور مع واقع الصحافة العصرية كما أسلفنا، ومن العيوب المسجلة عليه أنه يتعد عن اعطاء الحبكة للقارىء بشكل واضح أذ تضع الأهمية وجوهر الموضوع ما بين الفقرات المتوالية جراء استخدام الأسلوب السردى، ومن هنا يقال بأنه قالب غير محكم البناء، وكتاب هذا القالب هم المحررون البارزون الذين يمتلكون تجارب حرفية معروفة في الوسط الصحفي ويفضل في ذلك من لديهم ملكة أدبية في اسلوبهم، (د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، 141).

6. قالب التجميعي:

تأتي هذه التسمية من كونه يأتي بقصة اخبارية تربط ما بين عدة عناصر متعددة لحدث واحد، أو يأتي بقصة اخبارية تنتهي بعدة تفصيلات ذات قيمة اخبارية متساوية تقريبا، تجمل له مقدمة واحدة لكنها معبرة عن مضمون هام، يتم تسليط

الضوء عليه في التفاصيل اللاحقة لجسم الخبر، إن هذا القالب عادة ما يتم استخدامه في الصفحات الأولى للصحف ويتناول أخبار الحوادث بشكل جماعي وربما لدينا في الصحافة العربية نعتمد هذا النوع في التقارير الاخبارية التي تسلط الضوء على اجمال حصيلة حوادث ممرورية لمدة اسبوع تذكر الحصيلة في الاستهلال ومن ثم البدء بعملية التجزئة لكن ليس من المنطقي أن يسلط الضوء على تفاصيل حادث واحد وإهمال البقية، بل تكون صيغة التحرير التي تعجب رؤساء اقسام التحرير في الصحافة هي باخذ الجوانب الاساسية من الموضوعات على حساب جزئيات بسيطة ليس من الفائدة تناولها، والصحف التي تستخدم هذا الاسلوب التحريري تفرد للخبر مساحة كبيرة كونه يجمع ما بين عدة اخبار في خبر واحد جامع، وبالعكس ذلك سيظهر الخبر مبتورا وناقص، ولا يمكن لجميع المحررين ان يتناولوا هذا الاسلوب لكونه يتطلب مهارة فائقة في الصياغة الاخبارية ثم انه يحتل مكاناً مهماً في صفحات الصحف ومن المعيب على الصحف ان تكشف عيوبها في ابرز اخبارها المعروضة على ابرز صفحاتها، وتأتي المعالجة التحريرية للصحفي على هذا الشكل بطريقتين الاولى.

1. اذا كان الخبر قصيرا يأتي بمقدمة قصيرة تجمع تفاصيل الخبر بدقة دون اغفال طرف منها ثم تلحقها فقرات لجسم الخبر
2. اذا كان الخبر التجميعي مطولا ويتضمن فقرات عديدة فيأتي بملخص للأحداث في الاستهلال ثم البدء بقائمة الأحداث الذي يشمل الحدث الاول والثاني وصولا إلى آخر حدث، لكن ما يؤشر على الصيغ التي ترد في القصص الاخبارية عند الصحفيين ان الكثير منهم لا يعرف التسمية الحقيقية للقالب الذي يستخدمه، بينما ليس جميع الصحفيين ممارسة الكتابة الاخبارية بكافة اشكال القوالب الصحفية، وقد نجد لدى البعض في الخبر الواحد تجميعا غير موفقا لعدة قوالب.

7. قالب الساعة الرملية:

إن هذا القالب يمثل شكلا معدلا للقالب المعكوس يسمى بهيكلية "الساعة الرملية" وطريقة المعالجة التحريرية من خلاله تبدأ بالطريقة العادية وهي اهم المعلومات ولكنه يتحول بعد بضعة فقرات ليكون سردا، وميزة هذا القالب انه يروي الاحداث حسب تسلسلها الزمني، بحيث يبدأ المحرر بفقرة افتتاحية اخبارية مباشرة ويقدم بضعة فقرات داعمة ثم يبدأ بعرض مضمون القصة، ويتطلب هذا النوع من الهيكلية نقلة واضحة بين الجزء الافتتاحي والقسم السرد في القصة الاخبارية، وقد يكتب الصحفي شيئا مثل "مزارعاً كان متواجداً في مزرعته عندما هبت الرياح الشديدة واقتلعت مزروعاته"، في اشارة لبدء الجزء الثاني السفلي من القصة الرملية الاخبارية وربما

يكتب بعض القصص الاخبارية على شكل تسلسل زمني، الا ان هذه الهيكلية غالباً ما تستخدم في المقالات الخاصة.

8. قالب الماسة:

يعد هذا القالب أحد الهيكليات التحريرية الذي يسمى ببنية "الماسة" ولد حديثاً في تاريخ الصحافة الأمريكية وأوروبا، وحالياً يدرس في الجامعات الأمريكية، ويستخدم في كتابة القصص الكبيرة او الطويلة حتى انتقل الى المدرسة الصحفية العربية بطريقة غير شائعة، وطبيعة عمل المحررين وفق قالب الماسة تبدأ:

1. بشخص وموقف وتخيل هذا الموقف ثم اقتباس ثم اخبار هادفة وهامة ثم الحديث عن الاشخاص الموجودين في القصة والاشخاص الذين تمت مساعدتهم، ومدة تقديم المساعدة.
2. حجم المشكلة التي نتعامل معها وهل بالامكان ان تزداد المشكلة، وبأي حجم كانت هذه المشكلة، لذلك يكون وصف عام للمشكلة وأطرافها المتعلقة بها، ويقوم المحرر الذي يستخدم هذه الهيكلية بقصة مسلية من خلال عرض شخصية تستعرض تجاربها السابقة وخبرتها ما تدور حوله القصة، ثم تتوسع الحكاية البسيطة من أجل إظهار أهميتها وفي النهاية يرجع المحرر الصحفي الى قصة الشخصية الفردية كوسيلة لانهاء اسلوب السرد، وغالباً ما يلجأ المحررون لهذه الهيكلية كوسيلة تعرف بالفقرة "الجوهرية"، وتوضح سبب أهمية القصة الاخبارية، ويرى بعض كتاب الاخبار المحترفين بأن الفقرات الأساسية التي يقدمها هذا القالب تشكل اجابات عن الاسئلة التي تثيرها الفقرات الافتتاحية، وتكشف سبب أهمية القصة الاخبارية، بل وتضع القصص الاخبارية في سياقات ذات مغزى، ومن التوصيات ان تاتي الفقرات الاساسية في مرحلة متقدمة للقصة الاخبارية في سبيل الاسباب التي تدعوه لمواصلة القراءة حتى النهاية، وكثيراً ما يتم استخدام قالب الماسة في اخبار التلفزيون وكذلك في تقارير الصحف، وان ابرز التوصيات التي لا بد ان تراعى في هذا القالب هي:

أ. المحافظة على الجزء الأوسط من القصة لانه يمثل حداً فاصلاً ما بين المقدمة والنهاية.

ب. ولطالما انه يستعرض قصصاً طويلة تخص جوانب انسانية وكارثية فلا بد ان نحافظ على مستوى الأهمية دون ان نفرط بالقارئ وتخلق عنده الملل ويبعده عن قراءة تفاصيل القصة الاخبارية.

ج. وحتى لو كانت القصة طويلة فإنه من الضروري ان يكون السرد قليلاً لضمان وصول سريع الى قلب المشكلة وحجمها.

9. قالب الأحداث المتوقعة:

أن هذا القالب מתطور عن الهرم المعكوس او المقلوب وذلك بوجود المقدمة التلخيصية ثم التفاصيل التي ترتب بشكل منتظم، ويركز في هذا القالب على عنصري المكان والزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثاً سابقة وتكون على شكل أخبار قصيرة، ويستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبيل.

1. الإعلانات الروتينية

2. الأحداث المبرجة

3. البرامج

4. الاجتماعات

10. بيضة الإوزة:

أن بيضة الإوزة هو قالب قصصي كلاسيكي يظهر المشهد ثم تكشف الأحداث ويجري إيضاح المقدمة وفق المغزى الذي نجده في النهاية، ويعتمد هذا القالب على الكاتب وضع معلومات مهمة في قصته وخلفيات للأحداث وإيضاحات مشرقة تجعل من الموضوع وحدة سردية ذات نهاية مشوقة وبداية جذابة، وأما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ بداية نقطة يراها الكاتب مناسبة لإنطلاقته القصصية.

11. قالب الدورق:

أن هذا القالب متفرع عن قالب الهرم المقلوب حيث يتم وضع المادة الصحفية معكوسة على قمة قالب سردي أو تسجيلي بحيث يأخذ الموضوع شكل دورق الشراب، ويستخدم هذا القالب في أخبار الحوادث غير الاعتيادية حيث هناك حاجة إلى تفاصيل عديدة تحتاج إلى نسج دقيق وعلى الكاتب أن يستطلع قدراته على ذلك و أن يتأكد من أن هذا القالب هو الفريد في هذه الأحداث، (عبد الستار جواد، فن كتابة الاخبار، مصدر سابق، ص 138).

يعد هذا النموذج الجديد لقوالب صياغة الاخبار الذي اجتهد به الباحث في أدراجه ضمن قوالب الصياغات الاخبارية، بأنه قالب وسطي يمزج ما بين القالب المقلوب (المعكوس) الذي يأتي بأهم معلومة في البداية والقالب التشويقي الذي يلجأ المحرر الى الاحتفاظ بعنصر الاهمية في نهاية الموضوع، كما يمكن ان يمزج ما بين قالب الهرم المقلوب والمعتدل أيضاً، ويبدأ قالب النخلة بأسلوب تدرج هرمي يتسع من الاعلى، ليحتفظ بأهم المعلومات المثيرة للقارئ من حيث الحقائق والبيانات والتصريحات نزولاً مع الخط الشاقولي الى القاعدة السفلى، وبهذا الاسترسال فان طبيعة المعلومات من الاهم ثم المهم الى الاقل اهمية واضح بحسب شكل النخلة الذي يتدرج بالنزول الى القاعدة النهائية (الجذع) وهنا تكون وقفة جادة أذ يتطلب وفق هذا التغير الانتباه إلى النهاية التي يجب ان تكون أيضاً ذات أهمية بالغة في المعلومات الواردة من البيانات والحقائق، حسب طبيعة وشكل النخلة، ويمنح هذا القالب في الصياغة الاخبارية فرصة السيطرة على عواطف القارئ وشد انتباهه لدرجة عدم تركه يغادر قراءة الخبر حتى النهاية التي هي ضرورة له بحيث يأتي المحرر بمعلومة قوية جداً يكسب القارئ ولن يتركه لأنه سيأتيه بمثلها بالنهاية خاصة وانه أشار إليها أو نوه عنها في المقدمة ويحاول الوصول إليها ومعرفة حقيقتها، والتدرج الحاصل هنا ما يتركه مكان السعفة عند اقتطاعها من تدرج بحيث تعكس التوضيحات التي ترافق الاقتباسات، بينما تترك أسفل التدرج فجوات تشبه الاقتباسات المأخوذة من المصادر الاخبارية ويأتي هذا القالب في الاخبار ذات البعد الانساني وكذلك الاخبار الفنية والامنية والسياسية (د.فاضل البدراني، محاضرة حول الفنون الصحفية، القيت على طلبة كلية الاعلام بالجامعة العراقية، 2012)، ومثال ذلك الخبر الآتي:

اعلان وفاة الرئيس شافيز واوباما يدعو لتطوير العلاقات مع فنزويلا

كراكاس 5 آذار 2013 (واع) - اعلن في كراكاس قبل قليل عن وفاة الرئيس الفنزويلي هوغو شافيز فيما أبدت الولايات المتحدة دعمها لفنزويلا في المرحلة المقبلة، ونعى نائب الرئيس الفنزويلي نيكولاس مادورو شعبه بوفاة الرئيس شافيز بعد معركة مع السرطان استمرت عامين وأنهت حكم الزعيم الاشتراكي الذي استمر 14 عاماً للدولة الواقعة في أمريكا الجنوبية، وأعلن مادورو نبأ وفاة شافيز وهو في حالة حزن شديد وكان محاطاً بعدد من القادة السياسيين والعسكريين، خلال كلمة نقلها التلفزيون الرسمي لبلاده، وقال مادورو ان شافيز توفي بعد أن صارع المرض لمدة عامين وإنه لا شك لديه بأن مرض السرطان الذي عانى منه شافيز منذ عام 2011 قد نجم عن السياسات السيئة لأعداء

فنزويلا في إشارة للسياسة الأمريكية، وكان شافيز أكثر زعيم مثير للجدل في أمريكا الجنوبية، فاز بالرئاسة الفنزويلية أول مرة عام 1998، وفاز بولاية رابعة في الانتخابات التي أجريت في أكتوبر العام الماضي 2012، من جانبه قال الرئيس الأمريكي باراك أوباما في هذه اللحظة الصعبة من وفاة الرئيس هوجو شافيز، تجدد الولايات المتحدة دعمها للفنزويليين ولمصلحتها في تطوير علاقات بناءة مع الحكومة الفنزويلية، وأضاف في وقت بدأ فيه فنزويلا فصلاً جديداً في تاريخها.. لا تزال الولايات المتحدة ملتزمة بالسياسات التي تعزز المبادئ الديمقراطية وحكم القانون واحترام حقوق الإنسان.

وأبرز ملاحظة على القالب الجديد "قالب النخلة" إن المحرر يقدم معلومات مهمة بنفس الوزن تقريباً في الشق الثاني للمقدمة التي يجب أن تكون مركبة من محورين، بالاختلاف مع المقدمة التي يتناولها القالب التشويقي والتي تتناول شقين الأول فيها أقل أهمية من الشق الأخير..

البحث الثالث

الدلائل الفنية والشكل التعبيرية للاخبار

لا يمكن لأي باحث يتناول شأن الاخبار بمختلف وسائل الاعلام التي تتعامل بها ان يهمل الخطوات التحريرية التي مرت بها الصحيفة واستخدمتها لعقود طويلة وتعاملت مع مختلف التوجهات الفنية، حيث اعتبرت الصحافة هي الاساس الذي ولد في رحمها الخبر الصحفي وربما هو الاسم البكر الذي سمي بأسمها، وعلى هذا الاساس فان الكثير من الصحفيين الذين عملوا لوقت طويل مع الصحيفة ابدعوا في مهنتهم وصياغاتهم التحريرية حتى ان الاذاعة دخلت الى ميدان الاتصال والاعلام بعد قرون من الزمن الذي قطعتة الصحافة المطبوعة انتقل المحررون من الصحيفة الى الاذاعة واصبح الخبر نفسه الذي تنشره الجريدة اليومية وحتى وقت قريب جدا تغيرت طرق التحرير المهني للخبر الاذاعي عن الصحفي بسبب ضيق الوقت وكثرت حاجات الانسان وتعدد مشاغله وهمومه فضلا عن دخول وسائل اعلام اخرى الى ميدان المنافسة الاعلامية لتتنافس مع بعضها البعض في سبيل كسب الانسان، ومبدا التنافس الجديد خاصة بعد دخول الشاشة التلفزيونية الى الميدان حيث اصبحت كل وسيلة تفتش عن الجوانب اللازمة لاجل التفوق على البقية، واصبح الخبر من اولي المهام الرئيسية للجميع، وبينما لجأت الاذاعة الى الاختصار في الخبر مستفيدة من خاصية الصوت لجا التلفزيون للاختصار بشكل اكثر مستفيدة من خاصيتي الصوت والصورة بينما بقيت الجريدة تتعامل مع الاطالة بفقرات الخبر لكي تعطي توضيحا اكثر مفهومية برغم وجود الصورة الفوتوغرافية التي توصف بالمقارنة مع نظيرتها التلفزيونية بـ "الجامدة"، ويبقى في الصحافة العصرية ان للصورة أهمية كبيرة فالخبر الذي يتضمن حدثا معنيا بدون صورة فيعد خبرا مبتورا وذات مفهومية محدودة، وسواء في الصحافة المطبوعة او التلفزيونية او حتى الصحافة الانترنيتية فان الصورة اصبحت من ضرورات العمل الصحفي ووجودها يشكل جزءاً من المهنية التي تتعامل بها الوسيلة الاعلامية، وعلى صعيد الاختلافات ما بين الجريدة والمجلة فأن الفروقات واضحة في الجوانب الشكلية أو الاخراجية وكذلك في الجوانب التحريرية أو المضمون، وستتناول هذه الاختلافات في عدد من النقاط الجوهرية، فيما سيكون للصور مساحة من التوضيح نظرا لأهميتها كونها اشكالا تعبيرية ضرورية في العمل الصحفي.

أولاً: الفرق في الجوانب الاخبارية والفنية بين الجريدة والمجلة:

هنالك اختلافات واضحة ما بين الجريدة والمجلة في الجوانب الشكلية والفنية وهي كما يلي:

1. حجم الجريدة أكبر من حجم المجلة ونادراً ما نجد مجلة حجمها أكبر من الجريدة
2. تتميز الجريدة بأصدارها اليومي في الغالب وان كان البعض منها يتلکأ في الصدور اليومي
3. تتميز المجلة بأصدارها الأسبوعي أو النصف شهري أو الشهري.
4. الجريدة غالباً ما تكون عديمة اللون ماعدا القليل منها وان وجد اللون فيتركز على المانشيتات او العناوين المتوسطة الحجم.
5. جاذبية المجلة من الألوان هي السمة التي تميزها عن باقي المطبوعات
6. الإعلانات في الجريدة تأخذ مساحة أكبر وميول المعلنين مع الجريدة أكثر من ميولهم للمجلة بسبب الاصدار اليومي للجريدة.
7. تتميز الإعلانات بأنها أقل جداً من تلك الموجودة في المجلات.
8. هناك فرق كبير في العناوين ففي الصحف يعرض في صفحتها الأولى العنوان مع وجود بعض التفاصيل والحقائق
9. توجد في الصفحة الأولى للمجلات العنوان فقط دون تفاصيل، والكاتب في المجلة لديه مساحة من الحرية في التعبير بعكس الجريدة.

وهناك ثلاث مقاييس لبيان الفرق ما بين الجريدة والمجلة وهي كما يلي:

1. الفترة الزمنية لتتابع الصدور:

الصدور اليومي للجريدة وهذا ما يؤكد انها جريدة ولأن هذا المقياس مرتبط بالمضمون ارتباطاً وثيقاً لأن الصحيفة اليومية

لا يمكن لها أن تتخصص كما هي حالة التخصص لدى المجلة، (د.عبد الجواد سعيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 114).

2. المادة التحريرية:

يأتي الخبر بالجريدة في المقام الأول، وفي المجلة المقال بأشكاله المتعددة، والتقارير بأنواعه الأربعة من حديث وتحقيق صحفي وريپورتاج ومجريات، بالإضافة الى القصص والطرائف والصور والرسوم وغير ذلك.

3. الحجم:

اتسمت الصيغة الشكلية للجرائد عبر تاريخها العالمي بأنها كبيرة الحجم برغم صدور بعض الجرائد بالحجم النصفى (التابلويد) بينما درجت المجلات عبر تاريخها بأنها صغيرة الحجم مقارنة بالجريدة وان كان بعضها في حالات نادرة بحجم الجريدة.

وبجانب هذه المقاييس الرئيسية الثلاث توجد مقاييس ثانوية وهي:

نوع الورق باستخدام الألوان وطريقة الطباعة والإخراج الصحفي، واختلاف ذلك بصفة عامة في كل من الجريدة والمجلة.

ثانيا: أنواع الجرائد:

توجد تصنيفات عدة للجرائد بحسب نوعياتها من حيث المهنية أو التوقيت أو الايديولوجية وغير ذلك، وسنبين ذلك في النقاط الآتية:

1. الجرائد الصباحية والمسائية وهذه النوعية من الجرائد تعتمد على أوقات الطباعات التي تصدر بها الجرائد فمنها الصباحية التي غالبا ما تكون منتشرة في بلداننا الاسيوية والعربية خاصة، وهي تطبع في اوقات الفجر المبكرة لتتضمن اخبار وتقارير وكتابات الرأي لليوم الماضي حتى ان البعض من يطلق عليها "صحافة الامس" لكونها تكتب في بداية الخبر والتقارير (أمس) لكن هنالك جرائد أخرى تطبع في المساء وهي بالحقيقة تكون أكثر إلماما من نظيرتها الصباحية لانها احتوت على كل الاحداث التي مرت في نهار اليوم، وتتميز الولايات المتحدة الامريكية بها أكثر من غيرها لسبب رئيس ان انتهاء الدوام للمؤسسات الحكومية وغيرها يكون مبكرا على عكس الدول الأوروبية وربما ينسحب الحال على البلدان الاسيوية والافريقية.

2. الجرائد الشعبية وجرائد النخبة: وهذه النوعية تتسم بزيادة واسعة للتوزيع ورخص الاسعار وتتناول اخبار الجريمة والجنس والفساد والرياضة والاثارة والغرائب وهي تعتمد على نوعية الجمهور الشعبي الذي تستهويه مثل هذه الاخبار والتقارير

والمواد الصحفية ذات النوعية الخفيفة، ومن قرائها الشباب وذوي التعليم المحدود ومن المتعلمين بمستويات محدودة، كما تعتمد على نوعية الجرائد النصفية (التابلويد) حتى لا تكلف كثيراً من النواحي المادية، ولا تستطيع ان حصرها بمجتمع معين لا غربي أو شرقي لكنها تحمل رواجاً بين القراء.

أما الجرائد النخبوية فهي التي تكون مواد مقروءة لأصحاب الفكر والتعليم العالي ورجال الثقافة المعمقة التي تشمل التخصص في قضايا الاقتصاد وأمال والسياسة والفن الراقي والعلوم المعرفية الأخرى، وهي جرائد تكون قليلة التوزيع لكنها غالية الاسعار بالمقارنة مع نظيرتها الشعبية وبصفحات كبيرة (الستاندر)، حتى ان البعض يطلق عليها بالصحافة "الجادة" التي تبتعد عن الألوان في صفحاتها وبإخراجية ثابتة يصعب تغييرها لوقت طويل.

3. الجرائد القومية والجرائد الاقليمية أو المحلية: بالنسبة للجرائد القومية فهي تعني بشؤون البلاد بشكل عام وتهتم بانتشارها بين يدي جميع أبناء البلاد، وتركز كثيراً على الشؤون العامة للبلاد برؤية صحفية دون انحياز لاقليم أو ممدينة أو محافظة معينة وربما تتناول الاخبار الخارجية أكثر من غيرها، لانها تربط ما بين الاخبار الخاصة بالبلاد عامة وبين الاخبار الخارجية التي تعني بشؤون البلدان الأخرى، وفي البلدان العربية ودول المنطقة يوجد هذا النوع من الجرائد لكنها قضية مهمة وإبرزة في الصحافة الأمريكية والسبب انه بلد كبير وكل ولاية بحاجة للعديد من الجرائد لتغطية شؤون الولاية وهي تصنف بأنها محلية أو اقليمية، فنلاحظ الجرائد القومية تكون حاجة ضرورية بالنسبة لدولة كبيرة.

وبالنسبة للجرائد المحلية أو حتى الاقليمية فانها تركز على قضايا وشؤون محلية بعيدة عن الاهتمام بالجانب القومي، وفي بلداننا العربية نجد ان المحافظات تنتشر فيها العديد من الجرائد المحلية التي تغطي أخبار المحافظة ومؤسساتها ومسؤوليها المحليين، وهي صيغة متبعة في كل دول العالم ومجتمعاته.

4. الجرائد اليومية والجرائد الاسبوعية: وهي الجرائد التي تتميز باصدارها اليومي ومتابعتها للاحداث فور وقوعها حتى انها مختصة بالاخبار العاجلة على صعيد الجرائد اليومية، بمعنى هنالك تنافس فيما بينها للحصول على معلومات الاحداث، والجريدة اليومية تعاني من ضيق الوقت مقارنة بنظيرتها الاسبوعية لكنها تتميز بعامل الوقت الذي هو عبارة عن ساعات ليس الا للوصول إلى قرائها بأخبار جديدة لكنها سريعة التحرير والتعامل المهني لكونها محكومة بعامل الوقت، بعكس

الصحف الاسبوعية التي تتميز باصدارها مرة في كل اسبوع وتعطيها ميزة توفر الوقت اللجوء الى البحث عن اساسيات المعلومات والحصول على تحليلات معمقة للاخبار التي تنشرها ماكنة الجرائد اليومية، وترجع الى مصادر دقيقة وربط الاحداث مع بعضها البعض للوصول الى نتائج مقنعة وهامة للقراء،(د.فاروق ابو زيد،مدخل إلى علم الصحافة، مصدر سابق، ط2، 1998).

5. الجرائد المستقلة والجرائد الحزبية: الجرائد المستقلة هي التي تكون منفتحة على الآراء السياسية والايديولوجيات الفكرية بحيادية تامة دون انحياز لتيار معين، وان رسالتها الاساسية هي خدمة الناس جميعا وتوفير المعلومة الحقيقية لهم وتتسم بانها ذات طابع اخباري حر، ومن امثلة هذا النموذج على الصعيد الدولي جريدة التايمز اللندنية، وعلى الصعيد المحلي بالعراق جريدة الزمان.

اما الجرائد الحزبية فانها تتبنى فكراً سياسياً أو عقيدة ايديولوجية معينة تدافع عنها وعن شخصياتها، وتتحمل مسؤولية الترويج لهذا الجناح الساسي أو ذاك، ويغلب عليها طابع الانحياز والولاء للحزب السياسي الذي تصدر عنه أكثر من ولاءها للدولة والمجتمع كما يغلب عليها طابع صحافة الراي من خلال المقالات التي تحتويها وحتى الاخبار التي غالباً ما تكون ملونه بنقس لون الخطاب السياسي للحزب الذي تواليه، ويسبب احادية الموقف لهذا النوع من الجرائد فانها لا تحظى بشعبية واسعة بين اوساط القراء، وربما في العالم العربي والعراق اصبحت الجرائد الحزبية حالة مألوفة كثيراً.

6. الجرائد العامة والجرائد المتخصصة: ان الجرائد العامة تركز على مختلف أوجه النشاطات الانسانية التي تواجه الناس في حياتهم اليومية، وتتعامل بقدر واحد مع الخبر الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والامني والرياضي والثقافي، وباقي الفنون الصحفية الأخرى، وطبقة الطلبة لدى الجريدة العامة هي نفس طبقة الفلاحين وطبقة المثقفين هي نفس طبقة العمال وهكذا.

لكن الجرائد المتخصصة فانها تسلط الضوء على الطبقة الاجتماعية التي تعبر عنها أو المجال الحيوي الذي تتخصص فيه، إذ أن جرائد الرياضة المتخصصة ليس لها اية علاقة بالنشاطات الاقتصادية والسياسية أو الامنية والاجتماعية، وكذا الحال بالنسبة للجرائد الفنية أو العسكرية، بينما الجرائد العامة فانها تقف لمسافة واحدة متساوية بين كافة الشرائح الاجتماعية للمجتمع وتنتشر- عليها بالتغطية لتكون معبرة عن الجميع، (د. شكرية كوكز السراج، الصحافة النسوية في العراق، القاهرة، الحضارة للنشر، 2012، ص 15 - 16).

كما هي الجرائد وأنواعها فإن للمجلات أيضاً تصنيفات فرضت نفسها ان تكون بهذا اللون الفني والمهني طبقاً لاهتمامات القارئ عليها وميولهم وميول الجهات التي تقصدها، ومن أبرز الأمثلة هي:

1. المجلات الاسبوعية العامة: وتتميز هذه الأنوع من المجلات بأنها شاملة بموادها الاخبارية وموضوعاتها الاخرى وتستهدف المجتمع عامة بلغة واحدة وثقافة عامة دون الاقتصار على فئة محددة بذاتها وكثيراً ما نواجه مثل هذه الأنوع من المجلات التي تكتب في ترويضها الاولى عبارة "مجلة اسبوعية عامة جامعة" ومن أبرز هذه الأنوع مجلة التايم الامريكية والوطن العربي التي تصدر من لندن واللف باء من العراق فضلاً عن مجلات عربية اخرى في القاهرة وبيروت والخليج.
2. المجلات الاسبوعية المتخصصة: وهذا الصنف من المجلات يكون بعكس الصنف السابق من المجلات العامة، حيث يختص بشريحة او فئة اجتماعية معينة يستهدفها بالتغطية لمختلف الموضوعات التي تهمها، وهناك الكثير من المجلات المتخصصة بعالم النساء والفن وفنون الطبخ والطب والرياضة والاعلام والقانون.
3. المجلات الاسبوعية المصورة: غالباً ما نشاهد مجلات تعني بالصورة بالدرجة الاساس اكثر من اهتمامها بالمادة أو الموضوع المكتوب، حيث تتسم بنوعية صور معبرة الى حد ما، وتلتقط بزوايا فنية رائعة، وهي تحرر على اساس ان الصورة تحكي ولا تحتاج لتفسير، واذا ما توفرت المادة المكتوبة فانها لا تشكل مساحة واسعة لأن الاساس هو الصورة المعبرة، ومن أبرز هذه النماذج مجلة المصور ومجلة اخر ساعة.
4. المجلات الثقافية الشهرية العامة: وهي المجلات التي تخاطب القراء بمختلف توجهاتهم وميولهم وان تعددت مستوياتهم الثقافية والعلمية والطبقية، وهو نفس التوجه للمجلات الاسبوعية العامة، لكن ما يميزها عن نظيرتها الاسبوعية انها تركز على العمق الذي تكتب فيها موضوعاتها مستفيدة من الوقت الكافي لاصدار طبعاتها بنوعية تغطيات فيها رؤية تحليل للموضوعات ونتائج مقنعة اكثر من الاسبوعية، ومن أبرز نماذج هذا النوع مجلة العربي التي تصدر في الكويت.
5. المجلات الثقافية الشهرية المتخصصة: وتعني هذه الأنوع من المجلات باستهداف طبقة معينة حيث تتسم بالتعمق والتخصص في موضوعاتها، ومن النادر ان تجد موضوعاً بعيداً عن تخصص المجلة قد ورد في احدي صفحاتها، وغالباً ما تلجأ الكليات والجامعات إلى اصدار هذا النوع الذي يعني بالأجواء الاكاديمية والبحثية المتخصصة بحقل معرفي معين، وايضا مجلات للرياضة والفن والاقتصاد وغير ذلك، واصدارها الشهري يعطيها رصانة في علميتها ونقاوة موضوعاتها.. وإلى جانب هذه الأنوع من

المجلات المتخصصة والتي تصدر بشكل اسبوعي او شهري هنالك مجلات من نمط معين ومنها ما يعني بالكاريكاتور والفكاهة والفن والمسرح والمراهقين والنساء والنقابات وغيرها، (د. فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، المصدر السابق، ص 148 - 149).

رابعاً: الفرق في الوظائف بين الجريدة والمجلة:

1. يعتبر الخبر الصحفي في الجريدة العنصر الاساس للانتقال نحو تحقيق الوظائف الاخرى، كما هو الحال في الشرح والتفسير والتحليل للوقائع والاحداث بغية توعية الراي العام نحو المستحدثات من النظم والقوانين بالاضافة لما يحصل من وقائع واحداث، إذ أن الجريدة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالخبر الصحفي لتحقيق وظائفها، وتتصدر وظيفة الاعلام على غيرها من الوظائف الصحفية الاخرى بالنسبة للجريدة.
2. ان مهمة الجريدة عن طريق صفحاتها المتخصصة القيام بوظيفة التعليم من خلال تقديم المعارف والمهارات الجديدة التي تخص تطوير الانسان والمجتمع، وكذلك تقوم بوظيفة الارشاد والتوجيه والترفيه، فضلا عن وظيفة الاعلان الذي اصبح اليوم يشكل عنصراً مهماً للتمويل ودعم استمرار الصدور بجانب المصادر المالية الاخرى.
3. ما عدا وظيفة الاعلام التي هي بالاساس وظيفة رئيسية للجريدة عبر الخبر الصحفي، فان المجلة تقوم بكافة الوظائف الاخرى مثل التوعية والارشاد وتوجيه الراي العام عن طريق الشرح والتفسير والتحليل والتعليق على تفاصيل الاخبار الخاصة بالوقائع والاحداث، بالإضافة الى التعليم وتنمية المهارات للفرد والجماعة، المهنية منها والوظيفية في المجالات العلمية والفنية المتخصصة المهتمة بالفروع النظرية والتطبيقية للعلوم المختلفة ونقل التجارب الاخرى للقراء من اصحاب الاختصاص.
4. اذا كانت الجريدة قد اتسمت بصفة تقديم وظيفة الاعلام، فهذا لا يعني انكار هذه الوظيفة نهائياً على المجلة، بالعكس فهناك مشاركة واضحة للمجلات وان كانت نسبية مقارنة بالجريدة، ومثلت مجلات عربية او اجنبية هذه الوظيفة ومن ذلك مجلة "الف باء" العراقية العريقة التي تساهم بوظيفة الاعلام من خلال اخبارها في يوم صدورها الاسبوعي، وعالمياً مجلة تايم الامريكية، لكونها من المجلات الاخبارية، وإلى جانب ذلك هنالك أصلاً مجلات متخصصة بالجوانب الاعلامية لافادة اصحاب الاختصاص بآخر المتغيرات وأيضاً مجلات مهنية وفنية، حيث تقوم المجلات بنقل الحقائق والاحداث والافكار للكثير من ابناء المجتمعات وتنسم بقوة اجتماعية من خلال وظيفة التعليم التي تقوم بها، وكثيراً من القراء يعتمدون في افكارهم التي تخص جوانب سياسية واقتصادية واجتماعية على المجلات، فضلاً عن كونها عامل

مهم في ربط الناس بوطنه من خلال تناولها للاحداث التي تحصل في بلاده وقيامها بوظيفة الشرح والتفسير والتحليل وبذلك تشد القارئ وتعمق علاقته بوطنه وتجعله يعيش الهم الوطني في كل صفحة من صفحاتها وفي كل عدد من اعداد صدورها، وليس من شك فان المجلة لها وظائف في الارشاد والتوجيه في الحياة اليومية، كما تقدم التسلية والترفيه لقرائها فضلا عن التعريف بالتراث الحضاري والثقافي للبلاد عندما تتناول ذلك في تحقيقات وأخبار وتقارير ومقالات.

5. تقترب المجلة كثيراً مع الجريدة من حيث الوظائف التي تقوم بها كلا منهما، وكذلك باقي الوسائل الإعلامية المطبوعة، ويبقى التفاوت في نسبة تحقيق هذه الوظائف مرتبط إلى حد كبير بدورية اصدار المجلة، ومستوى تخصص محتواها، وقرائها والفروق المرتبطة بالعملية الانتاجية للمجلة عن غيرها من المطبوعات، (د. فارس جميل ابو خليل، وسائط الاعلام بين الكبت وحرية التعبير، عمان، دار أسامة، 2011، ص 108).

خامساً: الأشكال التعبيرية في الاخبار:

ان الصورة في الخبر تمثل الاشكال التعبيرية من المشاهد والرسومات التوضيحية التي تدعم العرض والمرسلة عبر الاقمار الصناعية بحيث تعكس صورة الخبر بحسب خصوصياته، وتمثل تفرداً ومميزاً نوعياً للمضمون الاخباري، وفي تعريف للاشكال التعبيرية فإنها الاشكال الواضحة والصادقة التي لا تحمل أية رتوش أو تمويهات تضليلية تخادع القارئ أو أية سلبيات مقصودة مثل الخرائط والرسومات البيانية والتخطيطية، وهذه الاشكال التعبيرية أيضاً هي المشاهد والرسومات التي تساهم في توضيح المشهد العرضي وتكون عامل مساند في ايصال المعنى للمشاهد عندما ترسل عبر الاقمار الصناعية والبث التلفزيوني، وبهذا التوصيف فإن الاشكال التعبيرية الواضحة التي عرفت بأنها بعيدة عن سلوكيات الابتزاز واساليب التشهير والفضائح والتي لا تتعارض مع عناصر الحالية والاثارة والتشويق والمصادقية المطلوب توفرها في الخبر، هي أهم روافد الخبر كونها مشتقة منه، وتعبّر عن مضمونه المعلوماتي بما يخدم طبيعة التواصل مع الجمهور.

1. الصورة الصحفية:

إن الصورة الصحفية تعد وسيلة تعبير مستقلة تحوي مضموناً مختلفاً قد يكمل مضمون الخبر وباقي الفنون الصحفية الأخرى، أو ربما يعبر عن مضمون مستقل في حد ذاته، وقد أصبح تحرير الصورة وإخراجها فناً مميزاً في عالم الصحافة الحديثة، وللصورة الصحفية وظيفة اخبارية مهمة، خاصة عندما يحسن اختيارها من قبل محرر متمرس

حتى ان التوسع بأساليب التعامل مع الصورة دفع المؤسسات الاعلامية الى اختيار محرر مختص باللقطات الصحفية المصورة بدلا عن الطريقة العشوائية القديمة التي كانت تعتمد على رئيس قسم التصوير باختيار اللقطات، فالتخصص فرض نفسه باعتماد اشخاص لديهم مهارات وإمكانيات في اختيار الصورة التي تناسب الحدث، ومن الامور الفنية الجمالية فأن الشرط الأول للصورة الصحفية الجيدة هو ان تكون ذات محور محدد، ومسؤولية المحرر إزالة التفاصيل الغريبة حتى يمكن لعين الناظر أن تتجه مباشرة إلى النقطة الاساسية في الصورة، وإذا لم يفعل المصور ذلك فيجب أن يفعله المخرج الصحفي أو محرر الصورة، حيث ان وجهة النظر المحددة تسهم في توضيح مغزى الصورة للناظر، وعلى المصور ان يبتكر دائما زاوية جديدة لصورته تجنباً من الصورة الروتينية، وبشكل عام فإن الصور الصحفية تعكس واحدة من اثنتين:

الاخبار أو الملامح، ولطالما ان الصحفي تناول خليطاً من الموضوعات الصحفية والمواد التي تكشف عن الملامح فهي عادة ما تريد كلا النوعين من الصور، ويكون الاختيار سهلاً عندما تكون اللقطة الصحفية تجسد حدثاً اخبارياً كبيراً وقد تكون الصعوبة الوحيدة اختيار لقطة من اللقطات المتعددة التي تساعد على إبراز العمل جيداً، وتوضيح حجم الحدث ودون ذلك فإن كل العوامل الأخرى تأتي بالدرجة التالية في اختيار الصور، (د.عبد الرزاق الدليمي، التحرير الصحفي، عمان، دار المسيرة، 2012، ص 175-176)

تمثل الصورة في المفهوم الاعلامي والصحفي قيمة معلوماتية ووثائقية هامة ذات مدلول اخباري ثمين، وعندما يقال ان الصورة تعادل ألف كلمة فهذا يثبت مستوى الانطباع المعرفي للمؤسسات الصحفية والقراء حيال الصورة عندما تكون بجوار الخبر، فالصورة تمثل لحظة اللقطة التي يحصل عليها مصور أو صحفي محترف أو مصور لديه هواية اقتناص هذه اللقطات المثيرة والثرية بقيمتها في تسجل الحدث لحظة وقوعه، وتعد الصورة وفق ذلك بأنها سجل حي معبر عن اللحظات التي رصدتها عدسة الكاميرا والملابسات التي احاطت بتفاصيلها، ويكن من تأثيراتها ان تخلد في ذهن القارئ دون نسيان لوقت طويل، سيما اذا ارتبطت هذه الصورة بأحداث موسمية تم تذكرها في أوقات محددة خلال كل عام، وبالنظر لتلك الصور المسجلة لمثل هذه الاحداث يسترجع القارئ أو الجمهور كافة الاحداث التي سجلتها هذه الصور (د. رفعت عارف الضبع، الخبر، مصدر سابق، ص 308-310) وهناك العديد من الصور التي خلدتها كاميرات مصورين بارعين مثل لقطة أحداث 11 ايلول/سبتمبر 2001 التي ما زال عالقة في اذهان القراء ولن تذهب من ذاكرتهم، لكن مع التطور الحاصل في تقنيات الاعلام ومنها ما دخل على الكاميرا والصورة من تغييرات فنية ادى الى تغيير النظرة للمفهوم السابق عن الصورة التي لم تعد اليوم أداة عرض تتسم بالحياد التام، بمعنى أن مقولة الكاميرا لا تكذب لم تعد

موجودة، وفي وقت سابق كانت الصورة تنقل مثلما ذكرنا عبر الاقمار الصناعية لكنها مكلفة جدا وثقيلة على الصحف الامر الذي حصر استخدامها على وكالات الانباء الكبرى مثل رويترز والاسوشيتدبرس والفرنسية وبقية الوكالات العالمية ذات القدرة على تحمل تلك الكلفة المالية ليتم توزيعها بين المشتركين من وسائل الاعلام الاخرى ومنها الصحف، الا ان التطور المتنامي في هذا المجال، وانطلاقا من الاهمية المتزايدة للصورة دفعت إلى أن تتحول معظم الصحف اليومية وبخاصة الكبرى إلى اعتماد نمط الإنتاج الإلكتروني، وينقسم التصوير الى ثلاثة أقسام منشطرة من قسمين:

أولاً: التصوير التقليدي، ويقسم إلى:

1. التصوير الفوتوغرافي
2. التصوير السينمائي
3. التصوير التلفزيوني

ثانياً: التصوير الرقمي

والذي يعنينا هنا هو التصوير التقليدي وتحديدًا التصوير الفوتوغرافي الذي يستخدم في الصحافة، فالصورة باختلاف أنواعه وأشكاله واستخداماته في وسائل الاعلام بات يشكل ضرورة حتمية تبعا للخواص الاستقطابية والابهار والتأثير في المتلقي، فاللقطة الفوتوغرافية في الصحف تحمل قدرات تأثيرية في القارئ أو المتلقي لتحقيق النجاح والانتشار وتحقيق عنصر التشويق والمتابعة، والخبر أو التقرير أو التحقيق الصحفي الذي يخلو من الصورة يعد ضعيفاً من حيث قوة التأثير العاطفي والمعرفي، لذلك أصبحت الصورة اليوم عنصراً مؤثراً وفاعلاً من عناصر العملية الاتصالية والإعلامية.

2. أنواع الصور الصحفية:

بعد التطورات المرحلية والنوعية التي مرت بها الصورة الصحفية عبر تاريخ عطاها مع الخبر سواء في الصحف او المجلات واوصلتها إلى مرحلة النضج الفني، جعلها تشكل عامل منافسة مع الصورة التلفزيونية، وبرغم التحدي الذي تعانيه الصحافة من قدرة التلفزيون في تناول صور الاحداث بطرق أكثر حيوية ووضوحا واقبالا عند المتلقين، لكن يبقى للتصوير الفوتوغرافي ميزة القدرة على تسجيل لحظات معينة من الزمن من خلال جوانب فنية تتمثل في العزل والتجميد وهي الخاصية التي لا تتوفر في التصوير التلفزيوني، واثبتت الاحداث والتجارب الانسانية ان قابلية الصورة فاعلة ومهمة في اختزال حقبة زمنية بلقطة صورة صحفية معينة لتعطي اهمية التعرف على مجتمعات وعلى

عادات وتقاليد لم تكن لتعرف من دونها، وكثيراً من المجتمعات سواء العربية او الاجنبية تتناول حقبا زمنية مختلفة وتقوم بتحليل انماط حياتها من خلال التوثيق الصوري، وهذا يظهر من خلال نوعية الملبس الذي يرتديه الناس أو نوعية الاشكال والاقوام البشرية، وكذا الحال يخص نوعية التعامل اليومي سواء في طبيعة جلوس المجتمع والمائدة والواني المستخدمة وغير ذلك فيما يتعلق بشؤون حياة الناس والمجتمعات، والصورة الصحفية يمكن تصنيفها من زاويتين:

الزاوية الاولى: الشكل الفني: وتشمل على

1. الصورة المفردة single وهي صورة شخصية بورتريه أو صور لمكان فهي صورة واحدة تنشر بمفردها وتؤدي وظيفتها وتستعمل بكثرة في الجرائد وتحديداً في الاخبار.
2. سلسلة صور series وتعبر هذه الصور عن وجهات نظر مختلفة بشأن قضية أو موضوع ما ضمن فترة زمنية معينة.
3. المشهد المتعاقب sequence

يجسد مجموعة صور متعاقبة في فترة زمنية قصيرة، مشهد محدد سواء خطبة رئيس جمهورية يتفعل امام جمهوره في تناول علاقات دولته ضد دولة اخرى متجاوزه عليه، وهذه اللقطات تؤخذ بالتعاقب لتوضح مستوى الانفعال الذي يحصل مع سخونة الحديث.

الزاوية الثانية: المضمون: وتشمل على:

1. الصورة الاخبارية: news picture

وترافق هذه الصورة الخبر المتكامل ليعطي مزيداً من الوضوح والتفاصيل عن حدث خاص أو عن نتائج الحدث سواء اصطدام سيارة بأخرى أو تكشف نتيجة الخسارة البشرية والمادية أو زيارة رئيس لدولة أخرى.

2. صور الموضوعات feature pictures

وهي صورة لا ترتبط بزمان محدد بقدر ما ترتبط بنوع الموضوع الذي يتم تناوله والذي ربما تؤجل لاسبوع او اسبوعين او اكثر، وهي مختصة بنقل تفاصيل الحدث وغالباً ما تستخدم هذه الصور في القصص الاخبارية عن احداث لها متسع من الوقت يمكن ان تثيرها تلك القصة الاخبارية المعززة بالصور.

تنقسم الصور إلى ثلاثة أشكال رئيسية وهي:

1. المستطيل الأفقي
2. المستطيل الرأسي
3. المربع
4. صور تمثل شخصية هي محور الموضوع
5. الصور الجمالية والتعبيرية
6. صور الموضوعات الإخبارية ذات البعد الإنساني (د. رفعت عارق الضبع، الخبر، مصدر سابق، ص 320-324)

فن المقال

فن المقال

أن المقال هو أحد الفنون الصحفية التي تتبناها الصحف وتضع لها في الحسبان أهمية قصوى في التعبير عن آرائها وآراء كتابها في القضايا والأحداث التي تهتم الرأي العام، ولا يقتصر المقال على مسألة الشرح والتحليل وتفسير الأحداث والوقائع الجارية أو إشباعها تعليقا، إنما قد يأتي كاتب المقال بفكرة جديدة تشغل اهتمام الناس وتستحوذ على أفكارهم خاصة إذا ساعدت على تنمية الوعي الفكري الحكومي أو القطاع الخاص أو منظمات المجتمع المدني بالغاء تشريع أو سن قوانين جديدة تخدم مصالح الجمهور، وغالبا ما يأتي المقال بأسلوب مختصر وهادف يتبنى كاتبه وجهة نظر معينة حول قضية أو موضوع لحدث بارز، وأصبح المقال سمة من سمات العمل المهني لغالبية الصحف التي تهتم كثيرا بموقفها المطروح في صفحاتها الأولى خاصة المقال الافتتاحي، وتتحمل مسؤوليتها كاملة عن ما يرد فيه لكنها تتبرا أيا كان نوعها مستقلة أم حزبية عن الآراء الواردة في المقالات الأخرى في بطون صفحاتها.

أولا: تعريف المقال:

للمقال تعريفات عدة وردت من قبل العديد من المختصين في علوم الاتصال والأعلام، ولكل واحد منهم له فلسفته الخاصة بحسب انطباعاته وقناعاته في وظيفة المقال الصحفي وتصنيفاته، ولعل تقديم بعضها يسهم في توضيح ماهية فن المقال، وإن كان عبد اللطيف حمزة من أبرز المؤلفين أعطى تعريفا للمقال، فإن آخرين ربما اقتربوا منه، وبعضهم اختلف معه في التعريف وفق وجهات نظر معينة، وعرفت دائرة المعارف البريطانية المقال كفن أدبي بأنه انشاء المتوسط الطول يكتب بالثر عادة ويعالج موضوعا بعينه بطريقة مبسطة وموجزة بشرط أن يلتزم الكاتب حدود هذا الموضوع، ويكتب عنه من وجهة نظره ذاته، ووردت تعريفات لغوية عدة عن المقال، في لسان العرب: قال يقول قولاً وقيلاً ومقالة (مجمع اللغة العربية، "المعجم الوسيط"، ط 3، 1405 هجرية - 1985 ميلادية، ص 797)، وفي المعاجم القديمة، المقال والمقالة، والقول مصدر قال، والقول والكلام هو كل لفظ ينطق به اللسان تاما أو ناقصا، كأن يقول: سمعت مقالة ومقالته، وأقاوليهم، وكثر القيل، وانتشرت له في الناس مقالة (د. شوقي محمد العاملي، المقال في أدب عبد الرحمن شكري، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1989، ص 10).

وعرف المقال في معجم "لاروس" بأنه اسم يطلق على الكتابات التي لا يدعي أصحابها التعمق في بحثها، أو الاحاطة التامة في معالجة موضوعاتها، بينما في قاموس اكسفورد فيعرف المقال بأنه انشاء كتابي معتدل الطول في أي موضوع من الموضوعات، أو

فرع من فروع المعرفة، وهو دائماً ينقصه الصقل، ولذا يبدو غير منظم أو مهضوم (د. تيسير أبو عرجه، فن المقال الصحفي، دار مدلاوي للطباعة والنشر، عمان 2011، ص 33)، وأختلفت الدكتوراه أجلال خليفة مع تعريف دائرة المعارف البريطانية حول تعريف المقال، وترى بأنه تعريف غير جامع كونه لا يشمل المقال التحليلي الذي يكتبه كاتب متخصص في موعد معين، ويعرض الموضوع الذي يعالجه من جميع جوانبه، ومن كل النواحي التي تتصل به، (د. أجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الهنا للطباعة والنشر، ج 1، 1972، ص 103)، وفي أبرز تعريف للمقال الصحفي يقول عبد اللطيف حمزة " المقالة الصحفية ليست أكثر فكرة من الأفكار التي يتصيداها الكاتب الصحفي أو يتلقفها من البيئة المحيطة به، ومتى انفعّل الكاتب بفكرة ما فإنه أحس في نفسه حاجة ملحة إلى الكتابة "، أن هذا التعريف يعطي انسجاماً حقيقياً لدى حمزة في التوجه الحقيقي لكيفية توظيف الكتابة في المقال، وبرغم اتفاق غالبية المختصين على مهام المقال من خلال تعريفاتهم لكن هنالك بعض الاختلافات وردت من خلال المتابعة والرصد، فيقول محمد الدروي بأن المقال "شكل كتابي تحليلي يتناول مختلف جوانب وعناصر ظاهرة أو حدث أو مجموعة ظواهر واحداث ذات حضور وثيق ومعنى اجتماعي هام، ويهدف الى تفسير وتقييم واصدار الاحكام والتنبؤات والاشارة الى نتائج الظواهر أو الاحداث التي يعالجها وذلك من خلال احضار البراهين الموضوعية والتجريبية التي تؤكد افتراضاته الاساسية وتجعل القاريء متيقن من سلامتها، وفي ضوء القراءات المتعددة للمقال والتجربة العملية لكتابة المقال والتدريس الجامعي لمواد الفنون الصحفية وجد الكاتب بأن المقال هو "اسلوب كتابي يعتمد التحليل والتفسير في تناوله لمختلف الاحداث والقضايا التي تهم أكبر شريحة من جمهور القراء في زمن ما وأن يستند إلى لغة الحقائق المبسطة شرط أن يلتزم الكاتب بالحدود المسموح بها وأن يضع الوعي أهم أهدافه "أنطلاق من مسألة أساسية في وظيفة المقال الصحفي بأنه ليس مخصص للسبق الصحفي أو للاعلام بل مخصص لأبداء الراي في تفسير الأحداث بسرعة بالاعتماد على خيال الكاتب ورؤيته وافكاره المتميزة واطلاعه المتواصل مع الظروف التي تحيط بالمجتمع.

ثانياً: الأسس النظرية للمقال؛

يعرف جلال الدين الحمامصي المقال الصحفي بأنه "المقال الذي تنشره صحيفة لتغطية تساؤلات أو اهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالاحداث أو المشكلات أو القضايا الهامة الجارية بالفعل في حياة قراءها، أو تلك التي ربما تجري في حياتهم في المستقبل القريب"، (جلال الدين الحمامصي، الصحيفة المثالية، دار المعارف، القاهرة 1972، ص 202) واعتبر هذا أقرب تعريف للمقال من بقية المتخصصين الذين أعطوا

تعريفاتهم في هذا المجال، كونه يتمتع ببلاغة صحفية يعطي تجسيداً واقعياً للمدرسة الصحفية التي ينتمي إليها الكاتب، أن المقال الصحفي يهدف أساساً إلى التعبير عن أمور اجتماعية وأفكار عملية بغية نقدها أو مدحها، وهو على كل حال يرمى إلى التعبير الواضح عن فكرة بعينها، وتبعاً لهذا التعريف فإن المقال حتى يكون قابلاً للنشر في صحيفة يومية مقروءة لابد أن يمتاز بالميزات الآتية:

1. مواكبة الأحداث التي تهم القراء وتشغل بالهم.
2. لا بد من توفر عنصر الحالية
3. ضرورة توفر عنصر الحيوية في المقال من ناحية طريقة الكاتب في تناول الموضوع أو من حيث طريقة الصحيفة في تنسيق هذا الموضوع.
4. لا بد أن يراعي الكاتب مستوى وعي القارئ إذا كان يكتب لعامة الناس، اريء إذا كان يكتب وفي مستوى وعي القارئ المتخصص لصحيفة يتابعها لكي يقرأ ما ينشر فيها من معالجات متخصصة.

إن المقال الصحفي ينطلق من كونه مكملًا لبقية الفنون الصحفية التي تبدأ بالخبر فهو يقوم على أداء وظائف الاعلام والشرح والتفسير والتوجيه والارشاد والامتناع والتعليم والتنشئة الاجتماعية، ومهمته تقديم المعلومات الى الجمهور بصورة مقبولة ومبسطة وخالية من اية تفاصيل معقدة، لذلك يجب أن يكون المقال جميل الاسلوب مشرق الديباجة متفردا في موضوعه وهدفه قوياً في تعبيره عن الرأي، وإن لغة المقال لا بد أن تكون مبسطة وعادية كما هي لغة كاتب الخبر، فالكاتب لابد أن يدرك بأنه يخاطب جمهوراً فيه من القراء العامين أكثر من القراء المتخصصين والواعين، فإذا كان الخبر عبارة عن فكرة أولية تنشر في بادئ الامر بشكل سريع ومختصر- بسبب سرعة التنافس مع الزمن الذي لا يسمح بالوقت الطويل من البحث عن مزيد من التفاصيل فإن المقال يبدأ من حيث انتهى الخبر ليكمل الموضوع بالتفاصيل والافكار التي ترتبط به ويقول عبد اللطيف حمزة " تبنى المقالة الصحفية على فكرة يستمدّها الكاتب من الاجواء المحيطة به قد تكون خبراً يصل إليه من مصادر الاخبار أو تعليقاً على موضوع سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي أو تعليقاً على موضوع خفيف نال اعجاب الكاتب ووجد بأنه سيطرف قراءه أو ربما خاطرة خطرت على باله وارتأى أن يكتبها"، (د.اسماعيل إبراهيم فن المقال الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009، ص 20-21).

هنالك عدداً من الخصائص التي يتميز بها المقال وهي:

1. يشكل المقال أكثر الفنون الصحفية مقدرة على إثبات شخصية الصحيفة التحريرية بين باقي المؤسسات الإعلامية الأخرى لكونها الوحيدة تنفرد به.
2. تأكيد قوة تأثير الصحيفة على جمهور القراء عبر المقال من خلال التوجيه والاقناع، فالصحيفة تعبر عن أيديولوجيتها في مقالاتها التي تمثل أهم الأنواع الصحفية.
3. يساعد المقال على إشباع حاجة القراء لفهم الأحداث والتعمق في تفسيرها.
4. يساعد المقال على جذب الكثير من القراء كرسيد ثابت للصحيفة من خلال اعتمادها مجموعة من خيرة الكتاب البارزين والمؤثرين في هؤلاء.
5. تلجأ الصحف إلى كسب صداقة الكثير من الناس كجمهور، تنصب اهتماماتهم في قراءة ومتابعة المقالات الصحفية حصرياً (أديب خضور، مدخل إلى الصحافة، نظرية وممارسة، ط2، دمشق، 2000، ص 148).

رابعاً: أنواع المقال:

اختلفت الآراء في إعطاء تصنيف للمقال، ويبقى عبد اللطيف حمزة الأكثر تأثيراً في تناول الموضوع بجانب تفصيلي حيث أعطى ثلاث تصنيفات للمقال وهي:

1. المقال الصحفي.
2. المقال الأدبي.
3. المقال العلمي.

- استند عبد اللطيف حمزة عندما وضع هذه التصنيفات للمقال على مقاييس النقد الأدبي المدرسي، ومع ذلك فإنه يرجع إلى قضية التداخل بين هذه الأنواع عندما قال إن "فنون المقال تلتقي بعضها في بعض إلى الحد الذي تصعب معه التفرقة بينها تفرقة لا تقبل الشك وتدع الباحث المدقق في حيرة من الأمر"، (د.عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فنون التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1968، ص 3 - 4)، لكن هنالك آراء اختلفت عما ذهب إليه حمزة بهذا التصنيف، على اعتبار أن جميع ما ذكره يمكن أن تكون مقالات صحفية إذا ما توفرت لها عناصر الحيوية والحالية والاستجابة لاهتمامات الجمهور خاصة عندما يركن الكاتب إلى اللغة

والصياغة السهلة والمبسطة التي تدخل الى نفوسهم بيسر، ومن بين الذين اختلفوا مع حمزة، الكاتب رشدي صالح الذي يطبق مقاييس أخرى من وجهة نظره وهي:

1. وظيفة المقال.
2. نوع الوسيلة التي تنقله للقراء.
3. طبيعة المادة والصياغة اللغوية (د. اسماعيل إبراهيم، فن المقال الصحفي، مصدر سابق، ص 22، نقلاً عن رشدي صالح)، وقبل ان نودع موضوع انواع المقال يلزمنا الامر التركيز على الفروقات التي تفصل المقال الصحفي عن نظيره الادبي والتي تتمثل في الآتي: إن فن المقال الصحفي يختلف عن فن المقال الأدبي من حيث الوظيفة والموضوع واللغة والاسلوب، حيث ان المقال الادبي يستهدف الوصول الى اغراض جمالية واكثر ما يهتمه التركيز على جمال العبارة وهذا الذي جعل الادييب ينظر إلى الجمال في ذاته، وربما يكون واقعياً أو خيالياً حسب رغبات الكاتب، وبالعكس من ذلك فإن المقال الصحفي واقعي يعتمد على المنطق والبراهين بعيداً عن الخيال، فالادييب حر في أختياراته عند الكتابة، اما الصحفي فإنه مقيد باختيار الموضوعات العامة التي تهم اكبر عدد ممكن من القراء وتتعلق بالقضايا والمشكلات التي لها ارتباط مباشر بالدولة والمجتمع.. أما عن مميزات المقالين الادبي والصحفي نذكر هنا أبرز مميزات النموذجين:

أولاً: المقال الأدبي:

1. فن ذاتي
2. يمتلك كاتبه الوقت الكافي
3. يخاطب كاتبه شريحة من المجتمع
4. مرآة تعكس مشاعر الأديب
5. يهتم بالناحية الجمالية به يخاطب كل أفراد المجتمع
6. كاتبه حر في اختيار الموضوعات
7. يكون خالياً أو مثالياً
8. يشتق موضوعه من بطون كتب الفلسفة والأدب
9. يخاطب العواطف

ثانياً: المقال الصحفي

1. فن اجتماعي
2. كاتبه مقيد بوقت معين

3. كاتبه يخاطب كل أفراد المجتمع
4. مرآة تنعكس عليها روح الامة
5. يهتم بالواقع وتفاصيل الاحداث والقضايا
6. كاتبه مقيد باختيار الموضوعات
7. يكون واقعياً وعقلانياً
8. يشق موضوعه من زوايا الحوادث والقضايا
9. يخاطب العقل.

وإذا جاز الامر للاديب ان يكتب ما يشاء حول أي موضوع سواء كان دقيقاً أو خيالياً أو غريباً ويحاول احيانا ان يكشف ما خفي عن انظار الآخرين من نظرائه الادباء مستعيناً بذلك في تقمص الشخصيات الخيالية والمواقف الوهمية.. كل لم يكن متاحاً للصحفي المقيد بالحاضر ولا يستطيع الفرار منه وما فيه من احداث فهو لا يستطيع ان يرخي العنان للخيال كما يفعل الاديب ولا يستطيع ان يهمل الشخصيات الواقعية من اجل شخصيات وهمية خيالية ولا يستطيع ان يسبح في اجواء الماضي أو يخلق في خيال المستقبل كما يفعل الاديب.. لذا فالصحفي مقيد بميول قرائه وسياسة صحيفته ورغبات المعلنين، بل وأوامر الحاكمين (نبيل حداد، الكتابة الصحفية، مصدر سابق، ص 218)، ومن ذلك فأن قوة التأثير في المقال تعتمد على عناصر عدة أبرزها هي:

1. اعتماد الكلمات والافكار الجزئية لإبراز الفكرة الاساسية للمقال وهذا يتطلب الابتعاد عن الحشو للوصول للوظيفية المطلوبة.
2. التركيز على إبراز عنوان مناسب للمقال يثير الانتباه ويوحى بالفكرة.
3. العناية بالخيال الذي يستلزم توفره عند الكاتب وتعيينه على ابتداع المعاني المؤثرة حول فكرة المقال
4. ضرورة توفر الابداع الفني عند الكاتب بحيث يشعر اثناء القراءة وكأنك جالس امامه يتحدث لك ببساطة ودون وسيط وتسفر عن بناء علاقة طيبة بين القارئ والكاتب.

(د.عمران الهاشمي المجدوب، التحرير الصحفي علم وفن، مصدر سابق، ص

224- 225)

ان المقال الصحفي على اختلاف انواعه وتعدد اشكاله لم يأخذ دوراً مميزاً من اهتمامات الباحثين والمختصين في حقل الاعلام مثل المكانة التي تتمتع بها فنون التحرير الاخرى مثل الخبر والتحقيق والحديث برغم الفاعلية التي يمتلكها المقال الصحفي والوظيفة المعلوماتية والتعبيرية التي يتمتع بها من امكانيات التفسير والتحليل والشرح والتعليق على الاحداث والمشكلات والقضايا التي تقع في دائرة اهتمامات القراء، ولعل فن المقال الصحفي من أبرز الاسلحة التي تتعامل بها الصحافة سواء التابعة للحكومات أو المستقلة أو التابعة للأحزاب أو المعارضة وربما يبدأ مشوار المطبوع أو حتى المحطات الاذاعية والتلفزيونية بالتركيز على المقال لجلب انتباه الناس حول الموضوع المطروح أو محاولة لفت انتباه الرأي العام في قضايا التعبئة الجماهيرية من أجل البناء والاعمار عن طريق التأثير والإقناع وتغيير الاتجاهات، وتستند لغة المقال الصحفي على البساطة والوضوح بحيث تكون مفهومه من قبل جميع القراء وان يلتقي عندها جميع أبناء المجتمع حتى لو اختلفت مستوياتهم الفكرية والثقافية والاجتماعية لأنها لغة فصيحة بعيدة عن العامية واللهجات المتشعبة وبعيدة ايضاً عن اللغة الفلسفية التي يصعب على أصحاب الثقافة البسيطة فهمها (harris Geoffrey and spark danid ,practical newspaper reporting, London,uk,1966,p.147)، وفي إطار الحديث عن المقال الصحفي فلا بد من اعطاء تعريف مناسب حيث يرى الباحث انه "أحد الفنون الصحفية التي تتعامل بها وسائل الاعلام ومنها الصحيفة او الموقع الالكتروني وحتى المحطات الاذاعية والتلفزيونية للتأثير على قرائها وفي التعبير عن وجهة النظر حيال القضايا والمشكلات التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي".

أنواع المقال الصحفي: وهي:

1. المقال الافتتاحي: وهو المقال الرئيس للصحيفة ويمتاز بامتلاكه فتاً خاصاً به من حيث الصياغة في الشرح والتفسير والاعتماد على البراهين والحجج المنطقية وكذلك العاطفية لتحقيق غاية أساسية تتجسد بإقناع القارئ، والمقال الافتتاحي يعد أهم فنون المقال الصحفي إذ يقوم على وظيفة الشرح والتفسير والتوجيه معتمداً على الأدلة والشواهد والبراهين والبيانات للوصول إلى إقناع القراء وكسب تأييدهم للموضع الذي يطرحه في مقالة، واحياناً يوقع بأسم كاتبه، ومكانه في الغالب على الصفحة الاولى، ويكتب بلغة واضحة وبعيدة عن الاسهاب والعرض الانشائي، ويقسم إلى عدة أنواع مثل الافتتاحي الشارح والمنتبهي والمقال الثنائي أو الثلاثي الموضوع، والمقارن ومقال الدعوة أو الموقف المهني والمقال الافتتاحي العام أو المحور الشامل،

(د.عبد الرزاق الدليمي، التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص 160-161) ويطلق الانكليز والاميركان عليه أسم leading Article أو اسم Article editoarial وهو المقال الرئيس للصحيفة، وله فن خاص به في اسلوب الصياغة معتمداً على لغة الحقائق الحجج المنطقية في مرت وعلى العاطفة مرة أخرى وصولاً إلى هدف اقناع القارىء، (د.إبراهيم إمام، تطور الصحافة الانكليزية، ص 196 نقلاً عن د.عبد العزيز شرف، مصدر سابق، ص 339)، وتتداخل ثلاثة عناصر مع بعضها البعض بل ويؤثر بعضها في بعض وبحسب التصنيف الرياضي للعناصر تكون على النحو الآتي (سياسة الجريدة + صياغة المقال + اهتمام القراء = المقال الافتتاحي).

2. المقال التحليلي: يعد من أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً، ويقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر المختلفة التي تشغل الرأي العام، ويقوم المقال التحليلي على تناول الوقائع والأحداث بالتفصيل ويربط بينها وبين أحداث أخرى ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات، وهو في المعتاد ينشر أسبوعياً حيث تكون الفرصة متاحة أمام الكاتب للخوض في مختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد، وثقافة وفكر وأدب.

3. العمود الصحفي: ويمتاز هذا الفن بتلبية حاجات الجمهور إلى قدر كبير ويزمن سريع، وهو الذي يعطي البرهان بأنه لا يوجد فن يخضع لتطور الحياة مثلما يخضع له فن الصحافة، فالقراء يميلون إلى السرعة في القراءة وإثارة المواد القصيرة التي تعطيهم الشيء الكثير في الزمن القصير لتعيدهم سريعاً إلى هواياتهم الخاصة أو إلى مشاغلهم المتنوعة الأخرى.

4. فن اليوميات الصحفية: وتسمى "مقالات اليوميات" تعد أقرب إلى فن العمود الصحفي من حيث التعبير الشخصي- الذي يتم عن تفكير صاحبه، وروح المذهب الذي يميل إليه، ونظراته إلى الحياة، سواء كانت روحه ساخرة أو متواضعة، أو متغطرة أو متكبرة وقد تتناول اليوميات نقداً سياسياً أو اجتماعياً، والكاتب هنا يعبر عن وجهة نظره، لا عن سياسة الصحيفة التي يعمل بها، (د.عبد العزيز شرف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص 347)

وظائف المقال الصحفي في ضوء المدارس الصحفية:

تتجسد وظيفة المقال الصحفي بكونه أحد الاجناس الصحفية التي تقدم خدمات للمجتمع وأداة ووسيلة من ادوات الصحيفة التي تقوم بنشره ومن ثم تتناوله الفضائيات والمحطات الاذاعية وشبكة (الانترنت) لتحقيق وظائف الصحافة من إعلام وإرشاد وتوجيه وتثقيف وتنوير وإعلان وتسلية، لكن لا يخفى على المتخصصين بأن المقال هو أداة الرأي والتوجيه والإرشاد والتثقيف، وتتوزع وظائف المقال الصحفي بين مدرستين هما:

1. المدرسة الاخبارية (THE REPORTER SCHOOL)

وتقوم هذه المدرسة على مبدأ ان الوظيفة الأساسية في الصحافة المعاصرة هي الوظيفة الإعلامية، فالمقال حينما يكتب يجب ان يتوجه للناس جميعاً خالياً من العاطفة والهوى والرأي المساند لطرف معين سواء أكان حزباً أو حكومة أو مكوناً معيناً، ويذهب انصار هذه المدرسة بأن لا يستهدف صاحب المقال تكوين الرأي العام لقصد معين بقدر ما يعطي الحقائق ويعرضها من خلال كتابة التقرير الاخباري والقراء هم من يحدد موقفه، وتدعو المدرسة إلى إعداد صفحات رأي في الصحف تتناول الآراء والأحداث بطريقة واقعية، وهناك تفاصيل عن رؤية المدرسة الاخبارية لوظيفة المقال وكما يلي:

- أ. لم تعد الوظيفة الإعلامية هي الوحيدة للصحافة بل توجد وظائف أخرى مثل التوجيه والارشاد والشرح والتفسير.
- ب. تنوير الرأي العام بالحقيقة من خلال الشرح والتفسير وتقنيده ما هو غير صحيح من الاخبار، وتأتي هذه الوظيفة للمعالجة من خطورة الابتعاد عن الحيادية والمصداقية في كثير من الاخبار لدى وسائل إعلام متعددة لأسباب تنقاد للعاطفة والتوظيف السياسي الدولي للاخبار ضد دول وأطراف منافسة أخرى وفي هذا تحجب الاخبار وتلون لغايات مغرضة.
- ج. وظيفة المقال ضمن نطاق هذه المدرسة يمكن تحقيقه من خلال الصحف المستقلة التي تعتمد لمصداقية وتكوين الرأي العام بحيادية مطلقة عند تناول الأحداث، بعكس الصحف الحزبية التي تتبع اهواء الحزب ومواقفه السياسية حيث تلجأ للتهويل والتلفيق في الاخبار، ارتباط الصحيفة بوكالات الانباء الكبرى مثل رويترز واسوشيتدبرس وغيرهما قد يعرضها لاحراج خاصة وان هذه الوكالات بقدر ما تتبع منهج الحيادية الاخبارية لكنها تخضع أحياناً لضغوطات دولية وسياسية تضطر لأن تدس بعض الالغام في تقاريرها واخبارها.

2. مدرسة الرأي (THE OPINION SCHOOL)

يقوم انصار هذه المدرسة على رأي مخالف لرأي المدرسة الاخبارية السابقة الذكر، ويرون بأن ليس كافياً للمقال عرض ما يدور في المجتمع، وإنما المطلوب أن يجسد المقال وظيفة المرشد والموجه والمربي للرأي العام، كسائر فنون الاعلام والاتصال والتنشئة الاجتماعية والتربوية والسياسية والفكرية، بالإضافة إلى وظيفة التفسير والتعليق والوصول إلى النتائج وعرضها أمام الرأي العام سواء كانت ايجابية أو سلبية، إن الفرق ما بين المدرستين أضح من خلال العرض السابق، وهذا يدفعنا للبحث عن التكاملية ما بين

المدرستين لخدمة اغراض الصحافة بشكل عام، فلما كانت بعض الجهات الصحفية تعتمد تلوين الاخبار وتلفيقها لخدمة اغراض معينة لها، فأن هنالك اتجاهات أخر في رأي المقال قد يكون ميالاً إلى الانحياز للرأي والعاطفة، وفي الحالتين اختلافاً عن جوهر العملية الإعلامية التي من سماتها التجرد عن المصلحة والعاطفة، بل يتجه المقال للجمهور بطريقة حيادية تامة حتى يتلقى القارئ الأفكار المجردة وبالتالي يتكون لديه الرأي السديد لأن الهدف هو تعدد الآراء والأفكار وليس التعبئة لتكوين رأي واحد وهو مخالف لقاموس الحياة، لذلك فان وظيفة التفسير يجب أن ترافق الوظيفة القيادية والارشادية للمقال الصحفي.

وظائف المقال الصحفي الاجمالية:

هنالك وظائف أساسية عامة للمقال الصحفي إجمالية تتصهر فيها تصنيفات المدارس وهي مهمة لدارسي الإعلام والمهتمين به وهذه الوظائف تلخص في النقاط الآتية:

1. الإعلام- ومن وظيفة ذلك تقديم المعلومات الدقيقة عن الاحداث والقضايا التي تهم الناس، ومن الأمور الهامة أن يمنح القارئ حقه الطبيعي في تناول الحقائق من خلال الاخبار التي تنشرها الصحيفة وتعرضها الوسائل الأخرى، فهي ملك له، أما الآراء فهي ترد في المقالات.
2. الأخبار- التي تقدم بشكل متواصل للقارئ بحاجة للشرح والتفسير والتعليق عليها، لان تفسير الخبر جزء من أجزائه يراد به شرح بعض المفاهيم والمصطلحات الواردة فيه.
3. التثقيف- ويتبنى ذلك نشر المعارف الانسانية المختلفة التي تضيف للمتابع أبعاداً جديدة عن الموضوع الذي يتناوله المقال.
4. التوعية السياسية- والمقصود بذلك ان يشرح المقال سياسة الحكومات والاحزاب ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع، حتى يكون القارئ قادراً على اتخاذ موقف وفهم مواقف كل طرف من الأمور المثارة حوله.
5. نشر الأفكار والفلسفات والدفاع عنها ضد خصومها أو متافسيها- وتتطلب هذه الوظيفة حياد وموضوعية في التناول، حتى لا يدافع كاتب المقال عن فلسفات أو أفكار هدامة وتعمل ضد صالح المجتمع وأفراده.
6. تعبئة الجماهير- وذلك لخدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين أو للمساهمة في التنمية الوطنية.
7. تكوين الرأي العام في المجتمع والتأثير على اتجاهاته سواء بالسلب أو الإيجاب.
8. القيادة - وتهدف هذه الوظيفة إلى الحث على حياة فاضلة في البيت والمجتمع، والحاجة إلى هذه الوظيفة تشتد في الأوقات العاصفة التي تحدث فيها الاضطرابات

السياسية والاجتماعية والاقتصادية، التي لا يكون فيها العقل الجمعي مختلفاً كثيراً عن عقلية الغوغاء، وعندئذ تشتد الحاجة إلى قيادة إيجابية مستنيرة لإرشاد الناس والخروج بهم من الضباب والخطر إلى بر الأمان، ومن اليأس إلى الأمل ومن الفوضى إلى النظام.

9. الدفاع عن الأديان والمقدسات والقيم والمبادئ ضد دعوات الالحاد وانتهاك المقدسات والخروج عن القيم والمبادئ بأي شكل من الأشكال.

10. التسلية والامتناع والمؤانسة - وهذه الوظيفة تخفف العبء عن النفوس والعقول، وتجعل الحياة محتملة رغم ما فيها من متاعب، وبذلك تصبح وظيفة الامتناع ذات أثر نفسي حميد، وتحقق هذه الوظيفة الترفيهية أو الضاحكة أو الساخرة أو المقالات المسلية أو الظرفية، وكثيراً من القراء يجدون هذا الامتناع في مقال يقدم فكرة جديدة أو آخر يحفز على التفكير، (عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، فن المقال، الكتاب الثالث، 1968، ص 67)

المقال الأدبي:

لا شك أن المقال الأدبي لا يقل أهمية عن المقال الصحفي رغم اختلافه معه في اللغة والأسلوب والوظيفة وهو يمثل قطعة إنسانية أدبية لموضوع من موضوعات الأدب أو الفلسفة أو التاريخ أو النقد، ومجال رحب للتعبير عن تجربة مست نفس كاتب المقال الأدبي وتأثر بها، فأراد أن ينقل هذا الأثر إلى نفس القارئ، وللمقال الأدبي عدة أقسام فمنها "المقال الوصفي أو العرضي والمقال النزالي والمقال النقدي والمقال الكاريكاتوري القصصي والمقال الاعترافي" (د. إبراهيم امام، تطور الصحافة الانكليزية، مصدر سابق، ص 196)، ولكي يصل هذا المقال إلى كل أفراد المجتمع لا بد أن ينطلق نحو قارئ معين كي يفهمه ويعرف مغزاه ومعناه وهذا القارئ من شريحة المجتمع المثقفة الواعية، ويتطلب من كاتب المقال الأدبي أن يحافظ على السلامة اللغوية والنحوية فلا ينصب المجرور ولا يرفع المكسور كما هي الحال في المقال الصحفي في بعض الأحيان لأنه يصل إلى ذلك القارئ المثقف المدرك لمعنى الجملة وترابطها لغة ومعنى؛ ومغزى المقال الأدبي الانطلاق بعنان فكر القارئ عالياً ليسمو بأفكاره إلى الحيز الأدبي الفكري الذي يتوخاه كاتب المقال من أجل فهم الفكرة والمعنى واضعاً ذاك القارئ على أبواب المعرفة الأدبية ليستطيع تذوق الفنون الأدبية بكل أغراضها: الشعرية، القصصية، النثرية، النقدية، وهنالك فروقاً كثيرة بين هذين النوعين من المقال الصحفي والأدبي، إلا أن الصحافة جمعت بينهما على أوراق جرائدها، وغايتها الوصول إلى الفكر الإنساني أياً كان لمواكبة التطور في جميع مجالاته.

وظائف المقال الأدبي:

1. التعبير عن تجربة معينة مست نفس الأديب، فحاول أن ينقل الاثر إلى نفوس قرائه.
2. التعبير عما يجول في داخل الفرد ووجدانه من عواطف ومشاعر حب وكره.
3. التثقيف ويتبنى ذلك نشر المعارف الانسانية المختلفة التي تضيف للمتابع أبعاداً جديدة عن الموضوع.
4. التسلية والترفيه وهذه الوظيفة تخفف العبء عن النفوس والعقول، وتجعل الحياة محتملة رغم ما فيها من متاعب، وبذلك تصبح وظيفة الامتاع ذات أثر نفسي حميد، وتحقق هذه الوظيفة الترفيهية أو الضاحكة أو الساخرة أو المقالات المسلية أو النظرية، وكثيراً من القراء يجدون هذا الامتاع في مقال يقدم فكرة جديدة أو آخر يحفز على التفكير.

أنواع المقال الأدبي:

ويقسم المقال الأدبي إلى عدة أنواع وحسب التصنيف الآتي:

1. المقال الوصفي أو العرضي - ويركز الكاتب فيه على وصف الشيء بحسب رؤيته واعتقاده وليس كما هو في الواقع.
2. المقال النزالي- وهو أسلوب مقال يميل اليه الكاتب في دفاعه عن قضية معينة يعتقد في صحتها وأهميتها، ومن خلال هذا اللون المقالي يرد على مزاعم مناقسيه في الرأي وفق قناعاته.
3. المقال النقدي - ويقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته في اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبي والفني والعلمي الذي يتسم إنتاجه يومياً على المستوى القومي والدولي، وفي هذا النوع ينتقد الكاتب وضعاً وشيئاً معيناً بطرح وجهة نظره الذاتية حيال ما يعارض قناعاته.
4. المقال الكاريكاتوري والمقال القصصي والمقال الاعترافي: وهذه الأنواع ترد على شكل رسائل بين المحرر وقرائه، والمقالات التي تركز على تأملات الكاتب في مختلف جوانب الحياة والمذكرات والاعترافات اليومية وهي التي يعبر فيها الكاتب عما مر به من أحداث وقضايا وأشخاص ووجهة نظره حيالهم.

ويختلف فن المقال الصحفي عن المقال الأدبي اختلافاً جوهرياً، وذلك من حيث الوظيفة والموضوع واللغة والأسلوب جميعاً، فمن الثابت أن المقال الأدبي يهدف إلى

أغراض جمالية، ويتوخى درجة عالية من جمال العبارة، وذلك كما يتوخاها الأديب الذي يرى الجمال غاية في ذاته، وغرضاً يسعى إلى تحقيقه، (د.عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص 335-336)

المقال العلمي:

يصنف المقال العلمي بأنه أحد الفنون الاعلامية التي لا يمكن الاستغناء عنها، ويسهم في إثراء الجوانب المعرفية والعلمية، وله قراءه ومجاله في المكتبة الفكرية، وبناء على ذلك، يقسم المقال العلمي إلى نوعين، الاول يكتب للمتخصصين ونوع يكتب لغيرهم من القراء:

الأول: مكانة الكتاب العلمي، او المجلة العلمية التي تصدرها الهيئات أو المؤسسات التي توفرت على نشر العلم والمعرفة.

الثاني: مكانة الصحيفة اليومية والمجلة الدورية، اسبوعية كانت أم شهرية أم سنوية، والاولى ليس موضوعاً لبحثنا هذا، اما الثاني فموضوع اهتمام الصحافة ومدار عنايتها ومادة من موادها لا تستطيع الغنى عنها بحال ما، والمقال العلمي الذي تنشره الصحف والمجلات انما يحقق غرضين من اغراض الصحافة الخمسة التي ذكرت في مجال سابق، وهذان الغرضان هما:

- غرض التوجيه والارشاد.
- غرض التسلية والامتناع.

وليس شك في إن الناس جميعاً في احتياج إلى من يرشدهم في ما يتصل بحياتهم العقلية وحياتهم الفنية، بمعنى آخر الاحتياج إلى الغذاء العقلي والفني، وسواء هذا أو ذاك انما يتم لهم عن طريق المقال العلمي في الصحيفة أو الاذاعة أو التلفزيون أو الانترنت، اننا في هذا العصر لا نستطيع لو حرصنا ان نلم بجميع العلوم والفنون لاننا في عصر التخصص العلمي والفني، فكل واحد منا شعبة خاصة من شعب المعرفة او للفن توفر عليها واستاثرت بعقله وقلبه بل امتزجت بروحه ودمه، غير أنه إلى جانب هذا التخصص العلمي أو الفني لا غنى للمثقفين في الامة عن الاخذ من كل علم من العلوم الانسانية بطرف، وبهذه الطريقة تستروح العقول البشرية من جهة ويحدث التوازن العقلي والروحي للمواطن المثقف من جهة ثانية، لقد ادركت الصحافة منذ بدايتها هذه الحقيقة فقط رجحت على امداد قراءها من حين لآخر بتلك الفصول العلمية المفيدة

والمقالات الفنية الطريفة يتعلمون منها حيناً، ويتسلون بها أحياناً ويجدون في كلتا الحالتين لذة عقلية، ربما لا تضارعها لذة مادية من لذائذ الحياة، ثم إن القراء أنفسهم بالقياس إلى المقال العلمي طبقتان كما سبقت الإشارة إلى ذلك.

الأولى - طبقة لا تعرف سوى علماً واحداً أو فناً مفرداً ولا صلة لها تقريباً بغير ذلك من العلوم أو الفنون.

الثانية - طبقة لا تعرف شيئاً من هذا ولا ذاك ولم تتخصص في شيء من هذا أو ذاك ولكنها قيل إلى أن يكون لها بعض الاطّام بهذا الشّتات من المعلومات، وما دام الأمر كذلك فلا مناص للصحيفة من الاعتراف بهذا الوضع والتقيّد بهذا القيد في كتابة هذا النوع من أنواع المقال، وبعبارة أخرى ينبغي أن تتوفر في المقال العلمي الذي تنشره الصحيفة شروطاً عدة منها ما يلي:

أولاً: الأقلال قدر الامكان من المصطلحات العلمية المعروفة عند أصحاب هذا العلم، أو ذاك من العلوم التي يتعرض لها المقال، ومعروف أن لكل علم منها عشرات بل مئات من المصطلحات يعرفها المشتغلون بهذا العلم معرفة جيدة وكل ما جد جديد من هذه المصطلحات بادروا إلى معرفته واخذوا في تداوله، أما غيرهم من الناس فلا علم لهم بهذه المصطلحات، ولهذا وجب على كاتب المقال العلمي تحديداً أن يقتصد ما أمكنه في ذكر هذه المصطلحات.

ومع هذا وذاك ينبغي للمحرر العلمي أن يدرك إن القارئ لا يغيره أي يقرأ لفظاً علمياً غريباً على مسامعه إذا دعت الضرورة إلى استعماله في المقالة، ولا ينبغي للمحرر في هذه الحالة أن يعتذر عن استعمال هذا اللفظ ولا أن يحاول شرحه شرحاً علمياً مستفيضاً فله مثل أن يستخدم لفظ الوحدة الحرارية ولكنها ليس عليه أن يشرح هذه الوحدة الحرارية من الوجهة العلمية، بل يقول مثلاً إن ثلاث قطع من السكر أو قطعة صغيرة من الزيت تولد مائة وحدة حرارية وإن الإنسان يحتاج إلى مائة وحدة حرارية في الساعة عنده، وإلى مائة وستين وحدة إذا كان يقوم بعمل مجهّد.

ثانياً: تبسيط المعلومات التي يقدمها الكاتب لقراء مراعاة منه لهذه الحقيقة كما أشرنا وهي أنه يكتب أمّا يكتب لغير المتخصصين من القراء، والكاتب والمحررون في مجال التبسيط درجات؛ فبعضهم وهب المقدرة على شرح المادة العلمية الصعبة بطريقة سهلة على الاستماع تعرف طريقها إلى الأذهان، وبعضهم من غلبت عليه الصبغة العلمية الخالصة وعجز عن التخفيف منها ولم يستطع أن يقدم للصحيفة غذاء ما في هذه الناحية.

ثالثاً: اصطناع القوالب الادبية كلما امكن ذلك في التعبير عن المادة العلمية ومن هذه القوالب على سبيل المثال، قالب القصة وبها يستطيع الكاتب التقدير أن يحيل هذه المواد الجافة الى قصص حية تحس فيها كأن الطبيعة نفسها تتكلم وتتحرك، وبهذا الاسلوب الجذاب يستطيع الكاتب المتمرن أن يحدثنا عن الطبيعة وظواهرها في قصص، فقصة للمطر وقصة للقمر وقصة للبركان وقصة للجبال أو الوديان وهكذا، وبهذا الاسلوب الجذاب يستطيع الكاتب أيضاً أن يحدثنا عن الانسان وعما يعرض له من حالات الصحة والمرض وكل ذلك في قصص ممتعة، فقصة عن السرطان وأخرى عن الشلل والجراثيم والميكروب وقصة عن الانسولين والبنسلين وكذلك لأنواع الفيتامينات.

رابعاً: ربط المعلومات الطريقة التي يأتي بها الكاتب في مقاله بحاجة من حاجات القراء أو رغبة من رغباتهم أو نزعة من نزعاتهم حتى ولو كانت هذه النزعة مجرد التأمل في قدرة الخالق وكثيرون من الناس تحفزهم هذه النزعة الاخيرة إلى القراءة (عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، فن المقال، الكتاب الثالث، مصدر سابق، ص 49 - 54).

خامساً: العمود الصحفي:

1. تعريفه وماهيته:

العمود الصحفي، ويطلق عليه أيضاً بالعمود المقالي كونه يعد من صنف المقال وجاء على نفس النهج الاعلامي الذي ورد به فن المقال، حيث ان اغلب الدراسات والتجارب الصحفية سواء في منطقتنا العربية أو حتى في الدول الغربية تشير إلى أن العمود الصحفي حديث عهد ظهر في بداية القرن العشرين، لكنه احتل منزلة كبيرة لدى الصحافة وقراءها انطلاقاً من المميزات التي يتمتع بها من وصف واقعي ومصادر موثوقة واسلوب صحفي اجتماعي مبسط وبأساليب تحريرية متنوعة، وبرغم أن البعض يرجعه إلى المقال الصحفي لكن لو رجعنا إلى سلاسة الاسلوب الادبي الذي يكتب به العمود الصحفي فإنه يدفعنا إلى الاستنتاج بأن بدايات ظهوره ولدت في رحم الأدب العربي الحديث خاصة في المدرسة الصحفية العربية، والعمود الصحفي يمثل فكرة أو رأياً حول واقعة أو ظاهرة اجتماعية أو ثقافية أو سياسية، والهدف من العمود هو تعشيق العلاقة المتينة ما بين القارئ والصحيفة عبر افكار كاتب العمود أو، وحصل جدل بين رجال الصحافة وكتاب العمود، حول العمود المقالي فالبعض يقول بأن المقال يعبر عن وجهن نظر الصحيفة ويسير باتجاه النهج الذي ترسمه الصحيفة، لكن البعض يرى خلاف ذلك وذهب إلى أن العمود الصحفي يمثل رأي الكاتب المستقل، وأبرز ما يبتغيه هو الوصول

نبض الشارع ومعالجة قضايا ومشكلاتهم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها، و العمود الصحفي اقرب في كتابته الى نمط المناجاة والاسمان، واحاديث الطريق بين الكاتب وقرائه وان يكون فيها لون من الافضاء بالتجارب الخاصة والاذواق الشخصية، (فرنسيس باكون، المجلد 19 - المجموعة الكاملة لمؤلفات العقاد، دار الكتاب اللبناني، بيروت 1981، ص 35)، هو مساحة حرة تضعها الصحيفة أمام كبار الكتاب بمساحة محددة لا تتجاوز عموداً ليعبروا عن آراءهم ورؤيتهم حول قضايا مجتمعهم، ويتصف بالثبات من خلال العنوان والموقع في الصحيفة، وموعد النشر، كما انه يمثل فكرة أو رأي وخاطرة للكاتب وذلك حول واقعة أو ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية لشد القارئ بالصحيفة، ويحتل العمود الصحفي مساحة كبيرة في الصحافة ومكانة مرموقة بين أنواع المقالات الصحفية وذلك لأنه يمتاز بالوصف الواقعي ويعتمد على مصادر الأنباء ويرجع إليها ويلتزم بالأسلوب الصحفي الاجتماعي البسيط ويعكس الرأي الشخصي الخاص بكاتب العمود الصحفي في الغالب مما يمنح الكاتب حرية أكثر ودون تبعات كبيرة للصحيفة جراء ما يطرحه في العمود الصحفي، ويحرص العمود الصحفي على أن يكون مرآة صافية صقيلة للواقع القائم المعاش كي يرى القراء الواقع وأنفسهم في تلك المرآة فيحبون ما هو جميل ولا يحبون ما هو عكس ذلك (د.عبد العزيز شرف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص 354-355)، ويدور العمود الصحفي حول الحياة الواقعية العامة للشعب، لذلك فانه يعزز الارتباط والعلاقة والتجاوب بين القراء من جهة والصحيفة والكاتب من جهة أخرى، خاصة إذا استجاب الكاتب في العمود الصحفي للتبسيط بسبب تعدد أذواق قراء الصحف ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما ويدور حول موضوعات جادة وأحياناً يتناول بعض الموضوعات الطريفة وإذا كان موضوع العمود الصحفي تخصصياً فيسمى ذلك العمود بالعمود المتخصص بينما إذا كان ثقافياً يطلق عليه اسم العمود الثقافي وهكذا، ويلتزم العمود الصحفي بما يفرضه عامل السرعة حيث انه قصير ومختصر - ومفيد وسهل الفهم للأكثرية ويعكس الهموم والاهتمامات والإرهاصات والهواجس، حيث يعتقد بعض علماء الصحافة أن عامل السرعة هو الذي اجبر الصحف على التحول من المقال الافتتاحي الطويل إلى القصير ومن ثم ساعد على ولادة العمود الصحفي الذي يسمى أيضاً بمقال العمود، بالإضافة إلى اختلاف وتنوع أساليب التحرير فيه وزيادة عدد قرائه مقارنة مع المقال الافتتاحي للصحيفة، وفي رأي المؤلف لتعريف فن العمود الصحفي بأنه: أسلوب صحفي مبسط ذات لغة أدبية جميلة تحمل مشاعر صادقة من الكاتب في مساحة قصيرة بالصحيفة خيال قضايا المجتمع في الحياة الحرة الكريمة وتعدد الى جوانب ثقافية واقتصادية واجتماعية وسياسية، بينما قدم العديد من خبراء واساتذة الصحافة تعريفات عدة للعمود الصحفي وهي: العمود الصحفي يمثل رأي كاتبه وهذا الكاتب هو المسؤول عنه امام

القراء ولهذا يوقع عليه باسمه كاملاً أو باسم مستعار ويكون مشهوراً به، والكاتب حر في اختيار الأسلوب الذي يعالج به موضوعاته، بما يتفق مع ثقافته وقدرته الكتابية (د.اجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي مصدر سابق، ص114) ويقول عبد اللطيف حمزة في تعريفه للعمود الصحفي، هو المادة الصحفية التي تتسم دائماً بطابع صاحبها أو محررها، في أسلوب التفكير أو أسلوب التعبير، ولا تتجاوز في مساحتها عموداً صحفياً على أكثر تقدير، وتنشر بانتظام في مكان ثابت، تحت عنوان ثابت، وتوقع ثابت هو توقيع المحرر، (د.عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، فن المقال الكتاب الثالث، ط4، ص 308) وفي تعريف آخر فإن العمود الصحفي عبارة عن فكرة أو رأي أو حل لمشكلة، تنشر في عمود أو جزء من عمود وغالباً ما لا يتغير كاتبه، وفيه تظهر ذاتيته، وحاسته الصحفية التي عرف فيها لدى القراء، (د.محمود فهمي، فن تحرير الصحف الكبرى، مصدر سابق، ص 202) ويرغم التعريفات العديدة التي طرحت من اصحاب الاختصاص والخبرة الصحفية، فلا من الاستفادة من تعريف فاروق أبو زيد الذي يرى بأن العمود المقالي غالباً ما يحتل مكاناً ثابتاً لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة، وينشر تحت عنوان ثابت، ولا بد أن يحمل العمود الصحفي توقيع كاتبه (د.فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، دار المأمون للترجمة والنشر، القاهرة، 1981، ص 193).

2. أنواع العمود الصحفي:

وللعمود الصحفي أنواعاً متعددة تختلف باختلاف مضامينها:

1. العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون العامة، فيتعرض لمختلف القضايا، ولكن من الزاوية التي تهم القراء، وتمس مشاعرهم.
2. العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللاذع والقائم على السخرية المضحكة المبكية.
3. العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل إلى الكاتب من القراء، ثم يتولى هو الرد أو التعليق عليها أو الاكتفاء بنشرها.
4. العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواءً على لسانه أو لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل الحوار مع نفسه أو يأخذ شكل الحوار مع غيره.
5. العمود الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات بهدف تسلية القارئ.

3. مميزات العمود الصحفي:

للعمود الصحفي مميزات تميزه عن غيره من أنواع المقالات الأخرى:

1. يتميز بأنه يُطرح في مساحة محددة وتحت عنوان ثابت ويُنشر في موعد منتظم.
2. يتميز بوجود توقيع لصاحب المقال أسفل عموده، يتمثل باسمه أو بريده أو لقب خاص به.
3. يتميز بأن يصور شخصية كاتبه وأحاسيسه بدون تكلف.
4. يتميز بسهولة التعبير وخفة الظل، ويقوم على الصيغ الاستفهامية والتعجبية.
5. يجب أن يهتم كاتب العمود الصحفي بنبض الشارع وهمومه، (جابر الحيان، متنديات الوجيه، العمود الصحفي، للمزيد ينظر الرابط الآتي <http://wajceh.mountada.biz>).

4. العمود الصحفي العام والعمود المتخصص:

يمكن أن يصنف العمود الصحفي أو المقال العمودي إلى نوعين هما العمود الصحفي العام والعمود الصحفي المتخصص.

1. العمود الصحفي العام: يناقش الكتاب فيه مختلف القضايا والمشكلات ويتفاعلون مع الاخبار اليومية والمسائل المستجدة والظواهر الناشئة في المجتمع ويختار الكاتب يومياً موضوعاً يتصل بحياة الناس ومصالحهم أو تساؤلاتهم أو ما يمس إحدى فئات المجتمع ويقوم عدد من كتاب الاعمدة بارتياح موضوعات متعددة للكتابة فيها ولا يتوقفون عند تخصص معين فنجدهم يكتبون في الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وذلك على ضوء الاخبار الأكثر أهمية في المجتمع والتي تكون مستوجبة للتعليق وبيان الرأي فيما يتصل بالمصالح الحيوية لجمهور القراء.
2. العمود الصحفي المتخصص: يعبر عن حقول متخصصة يقوم الكتاب بمعالجتها على ضوء تخصصاتهم العلمية وخبراتهم المهنية وقدرتهم على الإدلاء بالرأي فيما يتصل بهذه الحقول من معلومات وتطورات، وإذا جاز للكاتب المتخصص أي يتناول بين حين وآخر الكتابة في الشؤون العامة فأن كاتب المقال العمودي العام من الصعب عليه أن يخوض بنجاح في الكتابة المقالية، في بعض الحقول المتخصصة، مثل الاقتصاد إلا إذا توقف عند ظاهر المسألة دون أن تكون له القدرة على تناولها في العمق كما يفعل الدارسون المتخصصون، وتختار كل صحيفة من الصحف عدداً من التسميات للاعمدة الصحفية الثابتة التي تنشرها بحيث تميزها عن غيرها من الصحف وهذه

الاعمدة تتخذ لها أسماء عديدة مثل (المنبر، نافذة، الآن، قضايا، أوراق وغيرها)، (د. تيسير أبو عرجه، فن المقال الصحفي، مصدر سابق، ص 146).

5. مصادر العمود الصحفي:

يمثل كاتب العمود الصحفي مؤسسة قائمة بذاتها بمعنى ان نجاح العمود يعتمد على الكاتب بشكل اساسي ولذلك فأن شخصية الكاتب تتطلب توفر الخبرة والتجربة والثقافة والمقدرة على التفاعل مع الناس والحياة، فهي المصدر المهم لافكار العمود الصحفي فضلا عن المطالعات الأخرى في الصحف والمشاهدة في محطات التلفزة المختلفة وغيرها من وسائل الاتصال التي من خلالها تتدفق المعلومات ويتطلب المتابعة باستمرار مثل الانترنت وما تمثله من مواقع متعددة يمكن ان ترفد الكاتب بالافكار الجديدة وتعد رسائل القراء واحدة من مصادر تتوفر للكاتب والاستفادة منها في عموده ولا بد ان يكون الكاتب لديه الملم كافى بالقضايا التي يثيرها القراء في رسائلهم وان يناقش هذه المشكلات مع اطرافها المختلفة حتى لا يقع ضحية هوة كتابة الشكاوى التي ليس لها مبرر سوى إيقاع الضرر بالآخرين، (د. اسماعيل إبراهيم، فن المقال الصحفي دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 146).

6. العمود الصحفي في الثقافة الإعلامية الغربية:

1. العمود الصحفي هو مساحة محدودة من الصحيفة تضعه هيئة التحرير تحت تصرف كاتب مرموق يعبر من خلاله عما يراه من آراء وأفكار وخواطر وانطباعات وينتقد بعض القضايا والمشكلات بالأسلوب الذي يناسبه، وغالبا ما يحتل العمود الصحفي مكانا ثابتا لا يتغير على إحدى صفحات الصحيفة، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت قد لا يكون كل يوم أو كل أسبوع.
2. Le billet العمود نص قصصي- ذو لهجة خفيفة أو مازحة اخترعه (عموي تريم) Temothee Trimm في ظل حكم نابليون لاستبدال المقالات Les chroniques في الصحافة الشعبية وهو تعليق مازح على الأحداث ينشر يوميا في نفس المكان.
3. العمود هو إعلامية بلهجة صحفية خفيفة وساحرة في اسطر قليلة من زاوية أصلية ومنفردة، ومرحة إذا كان ذلك ممكناً، (مدرسة الصحافة المستقلة، العمود الصحفي، أشرف علي دنيسف حسن، للمزيست ينظر الموقع <http://www.ijschool.net/news>).

وللعمود الصحفي في الثقافة الغربية مفهوم خاص يطلق عليه تسمية "عمود الثروة" لأن الكاتب يتحدث إلى القراء كما لو كان يتحدث إلى أصدقائه ومعارفه بالطريقة التلقائية والعفوية وبأريحية أسلوب، ولهذا فإن لهذه الأعمدة شعبية كبيرة لدى قراء الصحف، وطبيعي أن تكون هنالك تعريفات أخرى تتمحور حول هذه التعريفات من حيث الأسلوب أو المساحة أو طريقة التعبير أو التوقيت أن كان يوميا أو أسبوعيا أو غير ذلك، (د. فاضل البدراني، ندوة تقويم الفنون الصحفية، العمود الصحفي نموذجا، مركز التعليم المستمر، الجامعة العراقية، 17 كانون الثاني 2011).

7. العمود الصحفي في الثقافة الإعلامية العربية:

1. العمود هو أحد الفنون الصحفية يقدم بأسلوب إعلامي خفيف وهادف وبطريقة تقديم خاصة، وأقرب ما يكون إلى الطابع الفكري يتوجه إلى ذهن القارئ.
2. العمود هو فن يقوم على تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض الكتابات في مختلف الشؤون، ويختلف بطريقته عن التعليق الصحفي القائم على طابع التقييم الموضوعي بطابع التعبير الذاتي.
3. يقول مصطفى أمين صاحب عمود "فكرة" للعمود الصحفي خصائص أرى أنه يجب أن يكون فيه شيء جديد وأن يكون مختلفاً وقصيرا وعندما أكتب العمود لا أكتب ما يفضل القارئ وإنما أكتب ما أفضله أنا أكتب ما أتنفسه تنفساً واحداً يمكن أن يكون صرخة دمعة ضحكة همسة، والمقال قد يعبر عن أكثر من شخص يعبر عن رأي الجريدة أو رأي حزب أو رأي فئة من الناس، وبحسب تعريف الباحث فإن العمود الصحفي هو هو رأي أو فكرة تنشر لمعالجة قضايا المجتمع اليومية في عمود ثابت يمكن ثابت وبأحدى زوايا الجريدة ويحمل عنواناً ثابتاً أو ربما متحركاً ويعبر عن ذاتية الكاتب وموقفه بأسلوب فني مختصر وجميل)، وللعمود الصحفي في الثقافة الغربية مفهوم خاص يطلق عليه بعمود "السخرية أو الانتقاد اللاذع" وغالبا ما يجنح كتاب الأعمدة إلى هذا الأسلوب كنوع من أسلوب لفت النظر وشد انتباه القراء للمتابعة مستفيدين من اللغة السلسة المتبعة في الكتابة، وإجمالاً فإن العمود الصحفي يطرح فكرة معينة سواء بالجانب الإيجابي وتدعيمه لقضية ما، أو بالجانب السلبي لقضية معينة دون إبداء المعالجات لها لسبب قصر مساحة العمود، ووفق إحصائيات صحفية فإن أغلب كتاب الأعمدة يركزون على مناقشة الخلل أكثر من تركيزهم على الإيجابيات، وهو أحد عوامل نجاحها لدى القراء، وفي العمود لا يمكن طرح أكثر من فكرة، وفي كلا المدرستين الغربية والعربية فإن العمود يقترب إلى حد كبير في مواصفاته عندما ينشر في الصحف (د. فاضل البدراني، ندوة تقويم الفنون الصحفية، مصدر سابق)، نستنتج من هذه التعاريف الواردة:

8. خصائص العمود الصحفي:

- الإيجاز في العبارة، أي أن العمود الصحفي حجمه قصير، لا يتسع لأكثر من الكلام عن فكرة واحدة أو خاطرة.
- أنه يرتبط بالصحافة المكتوبة، دون غيرها ويعتمد في صياغته على قالب الهرم المعتدل، حيث تبدأ بالفكرة ثم الاتيان بالامثلة والشواهد او الادلة والبراهين، وصولاً إلى النتيجة التي اراد ان يختم بها.
- كاتب العمود الصحفي هو كاتب وصحفي شهير ومعروف ومن كبار الكتاب، ولابد أن يكون صاحب أسلوب جميل والفاظ متميزة وفيه مجال كبير لبيان النبوغ الادبي، حيث أن العمود اقرب للمقال الادبي منه للمقال الصحفي.
- إن العمود الصحفي مكانه ثابت وعنوانه قار قد يكتب مرة في الأسبوع في الصفحات المتخصصة والأسبوعيات أو يوميا في الجرائد اليومية.
- الدعوة إلى عنصر الذاتية، إن العمود الصحفي يرتبط كثيرا بشخصية كاتبه، و لا يعبر بالضرورة عن الخط السياسي للجريدة، لذلك يجب ان يكون كتاب الاعمده احراراً في افكارهم حتى يكون لاعمدتهم صدى كبير في نفوس القراء، وبعكس ذلك ان حصلت مضايقات من الجريدة فعليه أن يترك العمل بالصحيفة ويبحث عن حرية رأيه بمكان صحفي آخر.
- أسلوب العمود تهكمي، ساخر، ناقد، يقوم على الحكم والأمثال والنكت، (مدرسة الصحافة المستقلة، العمود الصحفي، مصدر سابق، <http://www.ijsschool.net/news>)

9. أسس كتابة العمود الصحفي:

إن مادة الأعمدة الصحفية، في الغالب منها تعليقات على الاخبار اليومية، أو هي مساهمة حرة للكتاب الكبار من أصحاب التجربة الصحفية والادبية الواسعة التي تكون الاعمدة ميدانا لهم لتسجيل خلاصة تجاربهم وأفكارهم وخواطرهم، ان الأعمدة وهي تتجاوب مع الاخبار وتطورات الحياة اليومية تتجلى فيها شخصية الكاتب وافكاره وتجاربه تمتاز في اسلوب كتابتها باللغة العربية الميسرة التي تتصف بالسهولة والسلاسة وجمال العرض، اما بناء العمود الصحفي فهو البناء الهرمي التقليدي الذي يتميز بوجود العناصر الثلاث المتمثلة:

المقدمة: وتعتبر كاستهلال وتهييد للموضوع المعني بالطرح، ووظيفتها تهيئة الذهن لاستقبال الموضوع أو الفكرة المطروحة.

جسم العمود: ويركز به الكاتب على الموضوع مستعيناً بأدلة وشواهد وبراهين تعزز فكرته، وفيه يتم تقديم المادة الاساسية أو الفكرة الرئيسية التي يتضمنها العمود.

الخاتمة: ويجب أن يستخلص بها الكاتب فكرته بنصيحة أو رؤية أو إرشاد، ويتطلب منه جمع هذه الأركان تسلسل موضوعي يرتقي من المقدمة وصولاً بذروة الموضوع وختاماً برؤية الكاتب، وقد تكون الخاتمة كنصيحة وقد تكون كتعجب يفتح آفاقاً للقارئ لإيجاد حلول مستقبلية، (د. تيسير أبو عرجه، فن المقال الصحفي، مصدر سابق، ص 145).

الفنون الإذاعية والتلفزيونية

الفنون الإذاعية والتلفزيونية

البحث الأول

طبيعة التعامل الفني مع الأخبار التلفزيونية

كما هي الفنون الصحفية التي بدأ معها مشوار العمل الإخباري فيها من خلال الجريدة والمجلة وتنوعت ما بين الخبر والتقارير والحديث والتحقيق والمقال، فأن الإذاعة عندما بدأت عملها الإخباري لجأت الى نفس التقاليد الصحفية مع محاولة إيجاد تغيير مع مرور الزمن، ومن ثم تطور الأمر الى التلفزيون حيث توحدت عندهما تلك الفنون باستثناء بعض التغييرات التي تتعلق بوجود الشاشة من عدمها وهو فرق يتعلق بالعين والاذن، لقد خلقت التكنولوجيا العصرية وسائل اعلام جديدة واوجدت أعمالاً اعلامية مستحدثة، واصبحت الكتابة الإخبارية للإذاعة والتلفزيون مجالاً جديداً يوفر فرص عمل للعديد من الصحفيين والمهتمين بالشأن الاعلامي، ولكن مع بداية نشوء الإذاعة والتلفزيون بقيت تقاليد العمل الصحفي هي المسيطرة عليها وخاصة اساليب التحرير الإخباري بسبب انتقال كتابها ومحرريها من الجريدة الى الإذاعة والتلفزيون ونقلوا معهم الارث الإخباري القديم وكما وضعنا في مجال آخر، والتغيير الذي حصل املته ظروف وطبيعة العمل الإخباري في تلك الوسائل الاعلامية من إذاعة وتلفزيون وتبين ان اخبار الإذاعة والتلفزيون تختلف من حيث الصياغات والقوالب الفنية عن الاخبار الصحفية.

أولاً: انتاج الخبر التلفزيوني "النشرة الاخبارية":

ان عملية الانتاج التلفزيوني التي تبغي تحويل مجموعة من الافكار إلى مجموعة من الصور والاصوات لتوصلها الى المشاهد عبر قالب مشوق بغية التأثير عليه والتفاعل معه لم تكن عملية سهلة التطبيق، بل تحتاج لخبرات فنية وإدارية متعددة، فهذه المعلومات والأفكار التي جرى التعامل معها تحتاج لأفضل اسلوب فني برامجي من حيث الشكل والمضمون لاضفاء صفة الاقناع للجمهور، وفي عملية إنتاج الخبر التلفزيوني عند إعداد النشرة الاخبارية، هنالك تقاليد عمل ثابتة يجري التعامل بها، تمكن من سرعة الانجاز في العملية الاخبارية مع وضوح الهدف المتمثل بنقل صورة واضحة عما يحدث في مختلف المناطق الجغرافية في العالم إلى المشاهدين، لكن ذلك يرتبط بتحديد مراحل إنتاج الاخبار التي هي حصيلة عمل جماعي يمتلك مهارات ووظائف معينة وتشمل:

1. المندوب:

وهو الشخص المسؤول بشكل مباشر وله تأثير فعال في إعداد القصة الاخبارية، بحيث يأتي بالمعلومات التي يجب أن تكون متطابقة مع اللقطات المتعددة من الصور، وتفيد في اكتمال التعليق وغيره من القضايا التي تزيد من أهمية الخبر وهي جهود يجب أن تكون ملبية لتوجيهات رئيس قسم الاخبار أو رئيس تحرير النشرة التلفزيونية، ويحتاج المندوب التلفزيوني إلى مواصفات منها الابداع والموهبة وسرعة البديهة والثقة بالنفس وتنوع الثقافة والتجربة الغنية ومرونة الشخصية والمظهر اللائق، (كرم شلبي، الخبر الصحفي وروابطه الاعلامية، مصدر سابق، ص 91-93).

2. مصور الاخبار التلفزيونية:

يطلق على المصور بأنه عين هيئة التحرير والمشاهد أيضا ويمثل المترجم لجميع حركات الكاميرا وزوايا التصوير التي يضعها المخرج على الورق، وإذا كان المندوب يمثل عين المشاهد فإن المصور يمثل أيضا العين الثانية للمشاهد فهو مكمل لجهد المندوب ضمن فريق العمل المهني والفني في الإنتاج الاخباري التلفزيوني، وعمل المصور مهم جدا لأنه الشخص الوحيد الذي يتوغل في عمق الاحداث مهما كانت خطورتها، وتقع عليه مسؤولية التقاط الصورة سواء أخذ التوجيه من المندوب أو من ذاته، فالمطلوب منه الحفاظ على وضع الكاميرا بالوضع المناسب والسرعة الفائقة في سرقة اللقطة لحظة حدوثها وبما يعزز من قيمة المشهد خلال عرضه على الجمهور عبر الشاشة.

3. اللقطات التلفزيونية في تكوين الخبر:

إن مجموع اللقطات التلفزيونية المصورة هي التي تدفع باتجاه تكوين الخبر التلفزيوني، وأي خبر لا بد ان يضم العديد من اللقطات المصورة، وحسب الطرق التي يتم اخذ اللقطة فيها لتكون عاملا مساعدا لاكمال معنى الخبر، فهناك اللقطة العريضة "wide shot" أو "wide Angle" وتعني اللقطة التي يرى فيها الهدف المقصود كاملا بالنسبة لما يحيطه به من اشياء، ويطلق عليها في بعض الحالات باللقطة البعيدة أو "long shot" أو حيث يشير الاصطلاح الى وجود الكاميرا في مكان بعيد عن الهدف، وتوجد أيضا أنواعاً أخرى من اللقطات التي يجب على المصور التلفزيوني ان يكن أكثر الماما بها، بحيث يتمكن استخدامها بشكل صحيح اثناء عملية التوليف، بمعنى آخر مدى توفر إمكانية ربط اللقطات المصورة بعضها البعض الآخر ليأتي الخبر كاملا بمعلوماته الوافية معززا بالصورة ذات التسلسل السليم في اتمام الوضوح اللازم وبالتالي اعطاء التأثير الفعال لدى

المشاهد، (د. أميرة الحسيني، مصدر سابق، ص 96 وكذلك د. كرم شلبي، مصدر سابق، ص 74).

4. المحرر المسؤول:

وتوكل له مهمة تحديد الأماكن المطلوب تغطيتها حيث يأخذ منه فريق العمل التلفزيوني من المندوب والمصور تعليمات خاصة بالتغطيات المفيدة والتي بالإمكان أن تكون ملبية لحاجات المشاهدين ورغباتهم، إلى جانب القيام بمسؤولية إيجاد توليفة للاخبار الواردة من مصادر عدة ووضعها في سياق اعداد النشرات الاخبارية، ويستهج المحرر التلفزيوني طرقاً مهنية في اختيار واعداد الاخبار التي تكون ضمن سياق القيم الاخبارية وتحديد قيم الذروة أو القمة، (د.عظيم كامل الجميلي، د. ثناء اسماعيل العاني، صناعة الاخبار الصحفية والتلفزيونية، عمان، دار مؤسسة دار الصادق الثقافية، 2012، ص 261).

5. المونتاج:

أن المونتاج أو التوليف كما يسمى في المصطلح الاعلامي يشير إلى الترتيب الزمني او الواقعي لمجموعة اللقطات الفيلمية المتنوعة ليأتي بانسجام واضح للمضمون الاخباري، بحيث تحتاج مجموعة اللقطات إلى إعادة صياغة على نحو معين ويطلق على ذلك "editing" أو "cutting" ويتطلب من المحرر أن يكون صاحب خبرة ومهارة في صياغة توليفة لمجموعة اللقطات بغية تحرير نص مفهوم للمشاهد يعطي الانطباع الحقيقي في كسب العاطفة، (د.محمد معوض و، د بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 1996، ص 101).

وتعني عملية المونتاج التي تدخل في الاعمال الفنية والاعلامية اختيار وترتيب اللقطات المصورة بغية ايجاد تأثير فني مؤثر، حيث ورث العاملون في المونتاج عن السينما طريقة التوليف بين اللقطات المتعددة الزوايا والتعبير، وفي اخبار التلفزيون يستخدم نوعين من المونتاج:

الأول: هو مونتاج شرائط الفيديو حيث يتم ترتيب اللقطات على شرائط مغناطيسية بالانتقال من لقطة لأخرى، الثاني: هو المونتاج الفلمي والذي يتم عن طريق توصيل اللقطات بعضها ببعض بواسطة مواد لاصقة، وهناك نقاط التقاء واختلاف ما بين النوعين، ويطلق على الشخص القائم بعملية المونتاج بـ "المونتيير" حيث يعمل جنباً إلى جنب مع المندوب والمحرر والمصور، لكن حتى لو كان المحرر ملماً بالتفاصيل عندما يوعز

لفني بإجراء تلك التوليفة وتنفيذ بشكل حرفي، فإن هنالك عدداً من القواعد والاعتبارات تحتاج إلى الإلمام بها إماماً تاماً وهي:

1. معرفة أنواع اللقطات ووظائفها
2. معرفة قواعد الانتقال الحرفية من لقطة لأخرى حسب التسلسل وآليات تنفيذها
3. معرفة اختيار اللقطات الفنية المؤثرة التي تكسب عاطفة المشاهد
4. ضرورة تناول اللقطات القريبة المتتابعة بدلاً عن اللقطة الشاملة المتعاقبة حتى نحافظ على استغراق المشاهد في الخبر وزيادة مشاركته.
5. أفضل عملية توليف هي التي يتم فيها ضغط اللقطات بطريقة مهنية حفاظاً على الوقت الثمين في الخبر التلفزيوني.
6. ضرورة خلق الانسجام بين اللقطة الفيلمية والتعليق الصوتي بعيداً عن حالات التكرار للمعلومات المسجلة على الفيلم وأن تكون الأولوية للصورة قبل التعليق قدر المستطاع.
7. يعطي الصوت الطبيعي إلى الخبر قدراً من الواقعية وقابلية التصديق، (د. أميرة الحسيني، مصدر سابق، ص 98-99، وكذلك د. كرم شلبي، مصدر سابق، ص 74).

6. مدير الاستديو:

يتوقف على مدير الاستديو مسؤولية إدارة العمل الاخباري والبرامجي، خاصة في البرامج التي تبث على الهواء مباشرة أو حتى المسجلة مسبقاً فإن مقدرة وكفاية مدير الاستديو أو الذي يطلق عليه بملاحظ أو مراقب القاعة تكون لها فضل كبير على العمل الاعلامي عبر الشاشة، وبحكم الخبرة والتجربة التي يمارسها مدير الاستديو فإنه يتحدث بلغة الإشارة خلال البث أو التسجيل مع المتحدثين ومقدم البرنامج من دون أن يلاحظ ذلك المشاهد ذلك، ويجب ان يتصف مدير الاستديو بسرعة الفهم والحركة بانتظام ومعرفته بقواعد الانتاج التلفزيوني والهندسي وكل ما يخص خطوات البرامج الفنية.

7. مخرج الاخبار:

يعد المخرج التلفزيوني الشخص الاول والاخير المسؤول عن اخراج وتنفيذ نشرات الاخبار على الهواء، وعملية تنفيذ النشرة الاخبارية هي المرحلة الأخيرة من مراحل انتاجها، بمعنى القيام بالبث التلفزيوني على الهواء مباشرة، وهو من العوامل الحيوية المشجعة والجاذبة لدى المشاهدين في المتابعة للاخبار التلفزيونية لان المشاهد يجد نفسه يتعاش عاطفياً وذهنياً مع النقل الحي للاخبار.

8. مساعد المخرج:

مساعد المخرج يعمل بمعونة المخرج ويمثل ذراعه اليمنى في العملية الإخراجية وهو في النظام التلفزيوني يمثل ضابط الاتصال ما بين الإنتاج والإخراج وتقع عليه مسؤولية المتابعة من البداية حتى نهاية النشرة الإخبارية، ويقدم أكثر جهدا من المخرج في كثير من الحالات بحكم طبيعة عمله في الإخراج وخارج الإخراج، (د.عظيم كامل الجميلي، مصدر سابق، ص 266-267).

9. مسجل الصوت:

بحكم التطور التكنولوجي الذي لحق بوسائل الاتصال ومنها الفضائية وزيادة التوجه نحو بناء نشرة إخبارية متكاملة المواصفات، فإنه لفني الصوت أهمية قصوى في العملية الإخبارية، وكلما برع في قدرته على إيصال الكلمة واللحن الموسيقي إلى المشاهد كلما نجحت النشرة الإخبارية والمحطة الفضائية التي تبنى القيام بثتها مباشرة في استقطاب المشاهدين، وبدون الصوت فأن المشهد التلفزيوني يفقد إحدى سماته، حيث أن الصوت هو أحد سمات العملية الاتصالية (السمعية - البصرية)، ويتوقف الالتقاط الأمثل للصوت على اعتبارات عدة أبرزها:

- أ. اختيار الميكرفون المناسب
- ب. وضع الميكرفون في المكان المناسب
- ج. التعامل الصوتي الأمثل مع الميكرفون (سعيد محمد السيد، وحسن عماد مكاي، الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، مصدر سابق، 127).

10. موزع الإضاءة:

إن الإضاءة أحد العناصر الرئيسية في النشرة الإخبارية التلفزيونية في سبيل الحصول على صورة واضحة، وتعتمد الإضاءة على كشافات مختلفة القوة والحرارة الضوئية، وأغلب أجهزة الإضاءة التلفزيونية تنقسم إلى قسمين:

- أ. أجهزة البقع الضوئية
- ب. أجهزة الإضاءة الخامرة ويتوقف استخدام أحد النوعين على مدى حاجة المشهد التلفزيوني إلى نوعية إضاءة مباشرة أو ناعمة، وتقع على عاتق الشخص المسؤول عن الإضاءة مسؤولية جمالية الصورة بصيغتها النهائية عندما تخرج للمشاهدين، من خلال التوزيع الفني للإضاءة، وتكون علاقة مشرف الإضاءة على تواصل دائم مع

المصورين وحاملي الميكروفون ومراقبي الصور بالكاميرات وعمال الاضاءة وبدون الاضاءة لا توجد شاشة امام الجمهور، (د.عظيم كامل الجميلي، مصدر سابق، ص 274-277).

11. مذيع النشرة الاخبارية:

ان قارئ النشرة الاخبارية من أبرز عناصر اكتمال القصة الاخبارية التي لا يمكن الاستغناء عنه، وهو الذي يقوم بعملية الربط بين خبر وآخر، ومن أهم الصفات عند المذيع توفر الجانب الانساني حيث يتطلب ان يتقمص المذيع في كثير من الحالات دور الممثل لاضفاء جانب حيوي من الحركات والتصرفات التي تعطي تفاعلاً مع المشاهدين، وخاصية الانسانية لدى المذيع هي واحدة من الامور الهامة التي تحتاجها وتركز عليها المؤسسات الاخبارية التلفزيونية، حتى انه في السنوات الاخيرة اجريت تجارب لاستبدال المذيع البشري بمذيع آلي لكن لم تنجح، ويتطلب في المذيع مواصفات معينة منها الوسامه واللغة والمظهر اللائق وفي العنصر النسوي الجمال إلى جانب الامكانية الإعلامية واللغوية التي تحدثنا عنها في مجال آخر (محمد معوض، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، مصدر سابق، ص 202).

12. اللغة:

وتمثل اللغة الوسيلة الاساسية للتفاهم والتفاعل مع الآخرين والتي تمثل عمليات التحدث والاستماع والكتابة والقراءة فضلاً عن لغة ثانوية تسمى حركات الاجسام مثل إيماءات الوجه وحركة اليدين، ومفهوم اللغة يعني أداة التعبير والتفاهم بين الناس، ولغة التحرير الاخباري هي لغة التفاهم ما بين القارئ والمشاهد أو المستمع حيث تجري فيها عمليات القطع والاضافة وتركيب الجمل بعضها ببعض لتعطي صياغات اخبارية واضحة ومفهومة عند الناس المتابعين، (د.فلاح كاظم المحمد، الفنون الاذاعية، جامعة بغداد، كلية الاداب، قسم الاعلام، 1987، ص 42).

13. فن الالتقاء:

توجد علاقة جدلية ما بين الصوت البشري وفن الالتقاء حيث يتطلب ان يكون المذيع صاحب صوت صافي وجهوري مؤثر بالآخرين، وان يكون مدرباً تدريباً جيداً لكي يمتلك المهارة الفنية، وفن الالتقاء هو احد العناصر الاساسية المطلوب توفرها في العملية الاخبارية، ومن ذلك القاء نشرات الاخبار والاحاديث والشعر والخطابة وغيرها، والمذيع أو الخطيب الجيد من لديه بلاغة اللغة والاحساس بمعانيها والضغط على المقاطع وفقاً

لنوعية المضمون، وهنالك نصائح تقدم للمذيع لكي يتدرب عليها لكي يجيدها بمهنية وكفاية عالية وهي:

- أ. لا تأخذ شهيقاً ولا تصمت بين الاسماء والألقاب
- ب. لا تأخذ الشهيق بعد أسماء الوصل (كالذي، كالتى)
- ج. خذ الشهيق بعد أفعال القول مثل (قال، أكد، ذكر) (سامي عبد الحمدي وبديري حسون فريد، طرق تدريس الالتقاء، بغداد، دار المعرفة، 1980، ص 11)، وعرف فن الالتقاء بأنه "فن النطق بالكلام على صورة توضح الفاظه ومعانيه" (عبد الوارث عسر، فن الالتقاء، القاهرة، مطابع الهيئة المصرية للكتاب، 1976، ص 4).

14. البناء الفني للنشرة الإخبارية:

إن نجاح النشرة الإخبارية يعتمد إلى حد كبير على البناء الفني الصحيح لها، ويتطلب أن يكون البناء محكماً في ترتيب الأخبار، ومن اللازم أن يكون الخبر الأول خبراً قوياً وجديداً وذا أهمية بالغة والخبر الأخير يكون خفيفاً على النفوس، وتهتم المؤسسات الاعلامية الفضائية والاذاعية الى خصوصية هامة هي مراعاة نوعية التجانس الاخباري ما بين الخبر الاول والاخير في ترتيب الأخبار بحيث يتم الانتقال من خبر لآخر بطريقة تشد انتباه المتلقي ولا تثير في نفسه الملل، ويختلف اللقب الذي يطلق على الشخص المسؤول على الشكل النهائي لنشرة الأخبار، فرئيس التحرير أو منتج النشرة هو الذي يقوم باختيار الأخبار التي سيتم إذاعتها، وإن تحديد البناء الكلي للنشرة يعني التسلسل أو مكان الخبر في النشرة، والحقيقة أنه ليست هناك قواعد ثابتة ومحددة لترتيب الأخبار، بل الرؤية الخاصة لرئيس التحرير أو منتج النشرة والتقاليد السائدة لدى المحطة هي التي تتحكم في الترتيب، ولكن هناك بعض الممارسات والتقاليد التي يمكن الاسترشاد بها في هذا المجال، وأول شيء هو مراعاة القيمة الخبرية: والتي تتجسد بعناصر الأهمية والجدة والحدثة والغرابة والشهرة والتأثير وغير ذلك، وكذلك في التنويع والتوزيع الجغرافي والربط الطبيعي ما بين الأحداث والخبر الختامي والتوقييت، إن هذه الممارسات والتقاليد موجودة في العديد من المحطات الإذاعية أو التلفزيونية، غير أنه يمكن خلق عادات أخرى قد تكون مستساغة أكثر بالنسبة للجمهور وتجذبه أكثر، والواقع أن هنالك العديد من الطرق الحديثة في إذاعة الأخبار مثل:

1. تقديم عناوين الأخبار في البداية وإعادتها في نهاية النشرة، ويعصل ذلك في وسط النشرة أثناء بث فترة إعلانية.

2. الاتصال بالمراسلين ومصادر الخبر لمزيد من التفاصيل، وهذا يجعل المتابع يتلقى أخباراً مفصلة من مصادر الأخبار.
3. استضافة أو الاتصال بمحللين سياسيين أو أشخاصاً لهم علاقة بالأحداث، ويستحسن أن تتعدد الآراء هنا مثلما تفعل كبريات القنوات الفضائية، وهذه الطريقة تجعل المشاهد حكماً على الأحداث.
4. تحدث مذيعين مع بعضهما عن خبر ما ثم عرض التقرير الخاص به، وهذه طريقة حديثة تزيد من فهم واندماج المشاهد أخذت تلجأ لها بعض الفضائيات ومنها قناة العربية في بعض حالاتها، (اسماعيل قاسمي، القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة فيها، دراسة مقارنة بين نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري وقناة الجزيرة وTF1 الفرنسية، جامعة الجزائر، 2008).

ثانياً: الموجز الاخباري والشريط الاخباري:

1. الموجز الاخباري:

ويتمثل في بث فقرات محدوده عن كل خبر عند رأس كل ساعة في الفضائيات والمحطات الاذاعية، حيث تلجأ هذه الوسائل الاعلامية المسموعة والمرئية الى تناول "مانشيتات اخبارية" كما نسميها في الصحافة وهي العناوين الرئيسة للاخبار وقراءتها من قبل المذيع بحيث تعطي فكرة اولية عن الموضوعات الاخبارية لكنها غير كافية لتوضيح المعنى المطلوب وهي صيغة تحاول هذه المحطات ان تكون قريبة من المشاهدين والمستمعين، وفي جانب آخر تتناول هذه الفضائيات والاذاعات نشرات اخبارية ضمن الموجز لكنها تقتصر على اهم الاخبار ويفقرات قصيرة، وهنالك فضائيات اخبارية مثل الجزيرة والعربية والشرقية نيوز وال (BBC و CNN) وباقي الفضائيات الاخبارية وأيضاً اذاعة ال (BBC) تكون في تواصل مع الموجز بأوقات قصيرة وليست عند رأس كل ساعة لأن هويتها اخبارية وإذا لم تكن لديها نشرة اخبارية فإن لديها موجزاً قد يكون طويلاً أكثر من باقي الفضائيات العامة التي ليست هويتها اخبارية فقط، وكانت اذاعة ال (BBC) من أكثر الاذاعات بل وحتى الفضائيات شهرة في تناولها للموجز الاخباري بحيث عند كل بضع دقائق تعود لموجز اخباري مع الاخذ بنظر الاعتبار عملية التحديث المعلوماتي للموجز، ومن ثم تلجأ الى صيغة أخرى من خلال القيام بتطوير هذا الموجز عندما يكون ذات أهمية عند الجمهور الى خبر وكذلك إلى تقرير اخباري تستطلع من خلاله معرفة آراء الجهات ذات العلاقة سواء كان أمنياً أو سياسياً أو اجتماعياً أو رياضياً أو اقتصادياً وحسب نوعه حتى كان البعض من المختصين والمتابعين يطلق عليها بـ "اذاعة الbbc الفضائية لكونها تتسم بقوة بث اخباري يغطي مساحة العالم ناهيك عن كونها

تتناول نشراتها الاخبارية بمختلف اللغات العالمية الحية ومنها اللغة العربية، والموجز حسب التعريف هو معلومات أولية أو وخزة معلوماتية عن حدث ما وقع في مكان وزمان محددين وله تأثير لدى الرأي العام يتم نقله عبر وسيلة إذاعية أو تلفزيونية، وهناك موجزا اخباريا قد لا يتجاوز الدقيقتان لعدم وجود احداث جديدة وهناك موجزاً يتجاوز أكثر من خمسة دقائق خاصة عندما تحصل احداث لها تأثير وفاعل لدى الجمهور، ويبقى الموجز الاخباري لدى المحطات الاذاعية والتلفزيونية ذات الصيغة الاخبارية مميزاً عن باقي المحطات العامة الاخرى ويلفت انتباه المستمعين والمشاهدين أكثر من غيره.

2. الشريط الاخباري:

دأبت الفضائيات في العصر الحديث الذي شهد تطوراً ملموساً لحق بالبيئة الاعلامية الى اللجوء لجوانب اخبارية جديدة لا تقتصر على النشرة الاخبارية ولا الموجز الاخباري، بل وجدت فقرة أخرى تسمى بـ "الشريط الاخباري، أو السبتايتل Sbtatl" وضع له مكان في نهاية الشاشة التلفزيونية وفي استمرارية مرور دائرة على وفق مساحة الشاشة، حتى ان المشاهد اخذ يستوحي الوضع السياسي أو الامني أو حتى الاقتصادي أو الرياضي أو الفني من خلال الشريط الاخباري للفضائيات الاخبارية أو الاقتصادية أو الرياضية أو الفنية، واعتبر نوعاً من التطور في تقديم الخدمات للمشاهدين وهو حقل انفردت به الفضائيات دون غيرها لامتلاكها الشاشة التي تتسم بالرؤيا والسمع واصبح ابرز سمات العصر التلفزيوني الفضائي، بينما حرمت الاذاعة من ذلك لعدم وجود شاشة واقتصرت الخدمة فيها على السمع فقط، وللشريط الاخباري وظيفة اخبار قراء الشاشة على ابرز الاحداث التي مرت خلال الاوقات القريبة الماضية حول مختلف جوانب الحياة، وتخصص المحطات التلفزيونية محررين متابعين للشريط الاخباري مهمتهم تحرير الشريط الاخباري والغاء بعضها التي انتهت فاعليته وتحديث هذه الزاوية بالجديد من الاحداث الهامة.

والى جانب الشريط الاخباري وجد أيضاً الشريط "العاجل" باللون البرتقالي العريض الواضح والذي يطلق عليه بالشريط الخيري "الطارء" ايضاً، ويتم تناوله عندما ترد معلومة جديدة للتلفزيون في وقت اما ان يكون مخصصاً لبرنامج معين او لقراءة نشرة اخبار وغير ذلك فاقرب طريقة تستدعي لفت انتباه المشاهدين هو (العاجل) ويكون مكانه اما بالاسفل او في الزاوية اليسرى العليا من الشاشة، والشريط الاخباري العاجل.. هو عبارة عن معلومة اخبارية سريعة وبقدر ما تحمل عجلة فأنها تعمل اهمية قصوى لا تسمح الانتظار لوقت النشرة أو الموجز.

ثالثاً: الاعتبارات التي تحكم اختيار الاخبار الإذاعية والتلفزيونية:

في محطات الاذاعة والتلفزيون العربية يجد العاملون في الاخبار انفسهم امام ثلاث انواع من الاخبار هي:

1. الاخبار المحلية: وهي الاخبار المتعلقة بالاحداث والوقائع الداخلية للبلد او الاقليم الذي تعمل فيه المحطة.
2. الاخبار العربية: وهي الاخبار المتعلقة بالشؤون العربية، وغالباً ما تعتمد حسب اهميتها وتأثيرها الدولي.
3. الاخبار العالمية: وهي الاخبار التي تكون قد وقعت في اي مكان من بلدان العالم الخارجي أو الأجنبي ويرى المحررون الاخباريون ضرورة ملحة لجمهورنا في التعرف عليها، اما موضوعات هذه الاخبار فأنها متعددة، منها الاخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والرياضية وغير ذلك، وبحكم التطور الذي لحق بوسائل الاعلام وانتاج وسائل جديدة ابتداءً من البث الفضائي وحتى الالكترونى تغيرت الصورة المأخوذة عن تصنيفات الاخبار التي وردت حيث وافرز التطور الذي لحق بالبيئة الاعلامية الى ظهور وسائل اعلام من محطات اذاعية وفضائية مستقلة الامر الذي اعطى فرصة انتاج المضمون الاعلامي بطريقة مستقلة اتسم خطابها بجرأة الطرح باتجاه الحكومات والمؤسسات والافراد والمجتمع ومن امثلة ذلك الكثير من الاذاعات المستقلة والفضائيات وربما قناة الجزيرة الفضائية كانت الاولى في هذا المجال، فضلاً عن قناة العربية وتبعتها فضائيات مستقلة عديدة من بينها قناة الشرقية نيوز،بالاضافة الى العشرات من مثيلات ذلك، وهذا النمط الاعلامي الجديد غير من تلك التوجهات الكلاسيكية الثابتة التي كانت تتبع توجهات الحكومات المركزية وخاصة في المنطقة العربية والدول المجاورة لها واصبح تصنيف الاخبار يسير باتجاه ما يلي:

1. الاخبار الهامة بعيداً عن الموقع الجغرافي وسواء كانت في بلدان بعيدة او قريبة او قد يكون خبراً محلياً داخل حدود الدولة التي تقيم فيها المؤسسة الاعلامية.
2. الاخبار الاقل اهمية من سابقاتها وهي ايضا اخبار لا تنظر الى الموقع الجغرافي بقدر ما تنظر الى الاهمية التي تخص الراي العام.
3. الاخبار الاقل اهمية والتي ايضا ليس لها معيار جغرافي محدد.

وفرض هذا التنوع الاخباري اعتبارات معينة لا بد من مراعاتها والاخذ بها عند اختيار واعداد الاخبار للنشرات الإذاعية والتلفزيونية وهي ما يلي:

1. التوازن والتوقيت
2. الحدأة والدقة
3. الاعتبار الأخلاقي، (د.كرم شلبي، الخبر الإذاعي، فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، دار الشرق، جده، ص92، كذلك د.أميرة الحسيني، ص 84-85).

رابعاً: الكتابة التلفزيونية والإذاعية مقارنة بالكتابة الصحفية:

إذا كانت الفنون الصحفية ليست محددة بعدد معين، وإن أبرز فيها الخبر والمقال والنقد والريورتاج وغيرها، فإن الفنون الإذاعية تستمد من هذه الفنون وجودها وبعض مقوماتها وتبتكر طرقاً جديدة للتواصل مع متطلبات المهنة بأشكالها المختلفة وحسب طبيعة العمل، ومن الملاحظات المهمة هنا أن هيكلية الخبر هي نفسها في الصحافة والإذاعة والتلفزيون وحتى في الصفحة الإلكترونية، لذلك ليس من الضروري تناولها ثانية لأنها أشبعت نقاشاً في المجال الصحفي، ويمكن لعملية التدريب المطبقة في الكتابة الصحفية أن تطبق الكتابة الإذاعية والتلفزيونية لكنها بطريقة مضغوطة هنا ومن ذلك:

1. أفهم، بالإضافة إلى تصميم الخبر حسب مضمونه اللفظي، يجب الانتباه إلى تأثيره الصوري، هل سيتضمن خبرك لقطات حية من مصادر مأخوذة بالكاميرا، واقع المشهد الفعلي، أو الرسوم التخطيطية التي تظهر على الشاشة؟ هل يتضمن الخبر لقطة للمراسل وهو يتحدث للكاميرا؟ standup أو في الإذاعة يظهر أصوات وجانباً من ضجيج المؤثر وأصوات المتحدثين؟
2. اجمع، مثلما تعد الخبر المطبوع، تحتاج إلى جمع الكثير من المعلومات أكثر مما تستخدمه لا تحتاج إلى وصف شخص أو مشهد يظهر على الشاشة، ولكن تحتاج إلى جمع تفاصيل أخرى عن مشهد حدث، مثل كارثة أو زلزال وقع أو اصطدام سيارة بأخرى، إذا كانت الصحيفة تحتاج للوصف الذي فإن الإذاعة تستعيز عن ذلك بالأصوات والضجيج وأما الشاشة تحتاج إلى اللقطات الحية المصورة.
3. اختصر، في الكتابة التلفزيونية كما في الكتابة الصحفية تحتاج إلى أعداد خبرك مثل خارطة الطريق، ولكن بوجود 30 - 90 ثانية مخصصة لرواية الخبر، فلن يكون رحلة طويلة، فالاختيار هنا ضروري أكثر من الصحف بسبب ضغط الوقت عليك لرواية الخبر.
4. صحح، عند إنجازك تحرير الخبر قم ثانية بإعادة الصياغة والتحرير واحذف كل الكلمات الزائدة التي تربك الجملة، ثم قم بقراءته بصوت عالٍ، (كارول ريتش، كتابة

الاخبار والتقارير الصحفية، جامعة الاسك، دار الكتاب الجامعي، العين 2002، ص 357-359.

خامساً: شروط تحرير الاخبار الإذاعية والتلفزيونية:

غالباً ما تكتب الأخبار والتقارير للراديو والتلفزيون من قبل المحررين لأن المستمع وليس لعين القارئ ويتعين على المحررين أن يصيغوا الخبر الذي يمكنهم قراءته بصوت عال ليكون خبراً واضحاً يقدم بلغة بسيطة ويفهم بسهولة، وبالعكس قراء الجريدة أو الانترنت فإن جمهور البث لا يستطيع الرجوع لالقاء نظرة ثانية أو لمعاودة الاستماع لقصة اخبارية لم يفهمها في المرة الاولى، وقد كتب "اد بليس" في شبكة سي ان ان CNN الاخبارية الامريكية ذات مرة "الكلمات تنطق وبعد ان يتم النطق بها لا يمكن استرجاعها"، ويكتب محررو البث بأسلوب أكثر إيجازاً من أسلوب زملائهم في الصحف لأنهم مضطرون إلى ذلك، فالمادة المطبوعة لنشرة اخبارية تستغرق لنصف ساعة لن تقرأ أكثر من صفحة أو صفحتين في الجريدة ولا يمكن لافتتاحية النشرة ان تغطي جميع النقاط الأساسية الست أو التي نسميها بالاسئلة الستة أو الاسئلة السبعة بعد اضافة السؤال الجديد (كم) وهي (ماذا، من، متى، أين، لماذا وكيف وايضا كم) لأنها ستكون طويلة ومملة جداً وتصبح امكانية متابعتها، ويختار محرر الاخبار الموثوقة أو المذاعة عوضاً عن ذلك اهم نقطتين أو ثلاث نقاط أساسية ليستخدمها، في مقدمة الخبر، ثم يغطي النقاط الأخرى في متابعة الخبر، وهنالك من يرى من الباحثين عند كتابة الخبر الإذاعي والتلفزيوني تقديم الاعتبارات النفسية على الاعتبارات الزمنية، فلا ترتب جزئيات الخبر ترتيباً زمنياً ولكن يقدم الأهم منها على المهم، فبيدا كل خبر من حيث كان الواجب طبقاً للترتيب الزمني أن ينتهي.

(د.عبد النبي خزعل، فن تحرير الاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، بغداد، دار النهضة العربية، 2010، ص 126) والحجة هنا ان المستمع يرغب معرفة النتيجة قبل اي شيء اخر وليس كما هي كيف بدأ الحدث ثم تطور أو ماهي اسبابه ومن هم المشاركون فيه، فهذه الاسئلة بإمكانه الصبر عليها والانتظار حتى يروي شوقه ولهفته من الجواب الأهم، فاستخدام سؤال ماذا حدث إنما ينطلق من الرغبة النفسية الفطرية لدى الانسان وتتبع من الادراك لحقيقة الترابط في الامن والمصالح والاهتمامات بين افراد المجتمع والبيئة المحيطة بهم، وان القول الشعبي الدارج لدى المجتمع الذي يسأل به القادم من مهمة ما (حمامة لو غراب) يعكس أهمية الرغبة في معرفة النتيجة قبل الخوض بالتفاصيل على اعتبار ان الحمامة البيضاء الوديدة هي بشارة خير معبرة عن الاخبار السارة والغراب الاسود للتبأ المشؤوم، فاصحاب هذا الرأي يدعون

إلى سيادة قالب الهرم المعكوس (inverted pyramid) في صياغة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، بينما فريق آخر يرى العكس من هذه النظرية من حيث تقديم الاعتبارات الزمنية على الاعتبارات النفسية (سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، القاهرة، عالم الكتب، 1988، ص 210 - 213)، ويميل محررو الأخبار المذاعة (راديو أو تلفزيون) إلى مراعاة بعض الشروط المهنية بعكس المطبوعة وهي:

1. اغفال بعض التفاصيل كالاعمار والعناوين التي توجد بشكل روتيني في الصحافة المطبوعة.
2. ان تقدم الاخبار للمذيعين بشكل جمل قصيرة لكي يتمكنوا من قراءتها بصوت عال في نفس واحد دون لهاث أو انقطاع نفس.
3. ان يكونوا قادرين على تحسس وقع الكلمات التي يستخدمونها على السمع، وهم متيقظون دوما على غرار الشعراء للسرعة والايقاع.
4. ان يحذروا اللغة التي قد تكون صحيحة في الصفحة المطبوعة، ولكن قد تبدو ركيكة وضعيفة عندما تقرا بصوت عال.
5. ان يتفادوا استخدام الكلمات المتشابهة اللفظ والمختلفة المعنى، ففي اللغة الانكليزية يمكن الخلط بسهولة بين كلمة (miner) أي عامل منجم وكلمة (minor) أي قاصر أو موضوع ثانوي، وفي اللغة العربية الكثير من المتشابهات، ومن ميزة العربية ومرونتها العظيمة واعجازها اللغوي ان الحركات تغير المعاني كثيرا عن بعضها البعض، وعند استخدام هذه الكلمات لا بد من استخدامها في السياق المناسب لها لكي يكون معناها واضحا، (ديبر، مصدر سابق، ص 38، وكذلك عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، مصدر سابق، ص 291).

سادسا: كتابة الاخبار على طريقة الاساليب الصحفية والإذاعية والتلفزيونية:

من المعلوم للجميع بان الجريدة وباقي المنشورات والدوريات الصحفية الأخرى ظلت تتحكم بشكل الأخبار التي تصل إلى الجمهور لقرون عدة، وبفعل تطور تكنولوجيا الاتصال والأعلام بخصائصه الالكترونية المميزة وتعامله ومماشيه بشكل أمثل مع طبيعة التعامل الإعلامي جرى التوصل إلى نوعين من الأخبار الإذاعية والتلفزيونية كل يختلف عن الآخر ببعض التفاصيل حسب خصائص الوسيلة، ولا يخفى على أحد بأن الإذاعة منذ نشوئها في عشرينيات القرن الماضي اخذت تستخدم أساليب الجريدة في معالجة الأخبار لأن كتابها ومحرريها انتقلوا إليها من الصحافة وغالبيتهم من الأدباء والشعراء ونقلوا معهم الإرث الإخباري القديم، وبالوقت الذي انشغلت فيه الإذاعة لايجاد أرضية مهنية خاصة بها تتلائم مع طبيعتها السمعية لصياغة الأخبار وقبل أن تستقل بشخصيتها

المعنوية ولدت مرحلة جديدة اتسمت بنشوء التلفزيون وأصبح شيئاً مرغوباً للجميع احتاج إلى تخصص للخبر والبرنامج والابتعاد عن أجواء الجريدة وحتى الإذاعة نوعاً ما من حيث طريقة مخاطبة عين واذن الإنسان بنفس الوقت والاقتراب من الجمهور لتلبية حاجات الجمهور ومواجهة خصوصياته لكن مع هذا بقي الخبر الصحفي هو السائد آنذاك لبعض الوقت (إرفينغ فانغ، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2009)، إن ما يكتب للجريدة يخاطب القارئ الذي يمتلك الوعي أكثر من مستمع الإذاعة، فخير الإذاعة لكي يجتذب المستمع يجب أن يكتب بطريقة جادة تناسب جمهور المستمعين ومستوياتهم المختلفة فمن الأسهل على الأطفال وغير المتعلمين وفاقد البصر أن يحصلوا على المعرفة عن طريق آذانهم وهناك كثيرون يجدون أن الأذن هي السبيل الأفضل لتلقي المعلومات فالحاجة إلى مخاطبة الأذن في الخبر الإذاعي لم تخلق من هذا الخبر جنساً غريباً بل أن هذه الحاجة أكدت على خصائص معينة فرضتها طبيعة الوسيلة الإعلامية الجديدة ومستلزمات أدائها كما أن كاتب الأخبار الإذاعية أو التلفزيونية يستحسن أن يكون قد أتقن أصول كتابة وتحرير أخبار الجريدة اليومية لأن هذه الأصول تفرض حضورها في كل نشرة أخبار إذاعية وتلفزيونية وهناك تشابه وثيق بين الراديو والجريدة بحيث أن كاتب التعليق الإذاعي يسمى في أدبيات الإذاعة والتلفزيون كاتب الافتتاحية على الأثر ويعرف التلفزيون أحياناً بأنه جريدة الهواء المصورة، ورغم التشابه الكبير إلا أن هناك فروقاً أساسية بين الأسلوب الصحفي والأسلوب الإذاعي والتلفزيوني وأهم هذه الفروق:

1. تكون الجملة قصيرة جداً في الأسلوب الإلكتروني
2. في الخبر الإلكتروني يكون الفعل قريباً من فاعله قدر الإمكان.
3. التعريف بالأشخاص القائمين بذكر الأسماء والوظائف والأعمار يأتي قبل الاسم في الأخبار الإلكترونية.

قواعد كتابة الخبر الإذاعي والتلفزيوني

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن واستطاعت أن تؤسس تقاليداً وممارساتها الصحفية وتطور لها أسلوباً مميزاً عن أسلوب الجريدة.. وحين ظهر التلفزيون أفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن.. وهنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية وبرز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:

1. الجمل قصيرة وبسيطة
2. يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن
3. عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة
4. في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لابد أن تكون سهلة النطق
5. استخدام أقل ما يمكن من الضمائر
6. في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الاسم
7. لا تبدأ الجملة بمقتبس في الإخبار الإذاعية ولا يترك اسم المصدر في نهاية المقتبس
8. لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام
9. استخدام المبني للمعلوم (د. أميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، بيروت، دار النهضة العربية، 2005، ص 88-90)

أما الخبر التلفزيوني فشأنه شأن خبر الراديو لم يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أية نقطة أخرى بل إنه وحدة متماسكة وبناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة ومتن وإذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماماً مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة.. ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجه الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته، ولكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافياً وهذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين.. وهذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين وليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع، ومن أهم النقاط الأساسية التي لا بد أن يقف ويتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي:

1. الإيجاز
2. خلفية الخبر
3. التعبير المجازي
4. لباقة الحديث
5. التطابق بين الصورة والكلمة
6. أكثر الكلمات للمذيع وأقلها للصورة
7. مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر
8. الإفادة من الصوت الطبيعي
9. توافق النص مع منطق الصورة (د. أكرم الربيعي، مركز أضواء الاستشاري للدراسات والبحوث، قرأ في 12 نيسان 2013، للمزيد ينظر الرابط الآتي
www.facebook.com/adwaaa.D.akram

سابعاً: قواعد الصياغة اللغوية في الاخبار الإذاعية والتلفزيونية:

ومن أجل تحقيق عملية التوازن هذه لا بد من اختيار القدر المعقول من كل نوع من انواع الاخبار مع عدم الاخلال بالاعتبارات الاخرى المتعلقة بموعد اذاعة النشرة او الموجز الاخباري.. فنشرة اخبار الصباح والتي توجه عادة الى جمهور متعجل نسبياً لا بد ان تكون سريعة مختصرة أقرب الى "مانشيتات" الصحف، اما النشرات الرئيسية التي تذاع عادة بعد الظهر او في الفترة المسائية فينبغي ان تكون شاملة، وفي هذا الامر فان هذه الاعتبارات هي نفسها موجودة في الاخبار الصحفية التي بحثت في مجال سابق، وهناك بعض الامور التي من اللازم اعتمادها عند تحرير الاخبار الإذاعية او التلفزيونية، بمعنى آخر اذا ورد الخبر من مجموعة مصادر في وقت واحد، فعلى المحرر ان يقوم بقراءتها كلها مجدداً ما يأخذه من كل منها من خلال استنتاجاته وما يعتقد انه يمثل فلسفته ووجهة نظره التي غالباً ما تكون هي فلسفة المحطة الإذاعية أو التلفزيونية ووجهة نظرها (د. اميرة الحسيني، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مصدر سابق، ص 85)، يضاف الى ذلك ضرورة أن تأتي صياغة الخبر مناسبة للغة المنطوقة والتي تختلف اختلافاً كبيراً عن اللغة المكتوبة، وهذه مسألة تحكمها مجموعة من القواعد هي:

1. يتطلب من المذيعين قراءة تقاريرهم واخبارهم بصوت عال قبل البث الرسمي للنشرة على الهواء لاكتشاف المشكلات اللغوية، والمعالي المزدوجة المحتملة المحرجة التي لا تكون واضحة على الورق.
2. مع ان نصوص البث مكتوبة لكي تقرأ بصوت عال فان اهمية التهجئة الصحيحة فيها لا تقل عما هي عليه في الصحافة المطبوعة.
3. كثيراً ما تؤدي التهجئة غير الصحيحة الى تلعثم او خطأ في اللفظ على الهواء، ولكي يضمن المذيعون التعاملون في البث انهم سيلفظون الكلمات الصعبة لفظاً صحيحاً فانهم كثيراً ما يضمنون نصوصهم تهجئة لفظية للكلمة.
4. ان ما يزيد اهمية التهجئة الصحيحة في هذه الأيام بين اوساط المذيعين، ان اغلب المحطات تقدم قصصها الاخبارية على الانترنت.
5. ان لدى بعض المحطات التلفزيونية برمجيات في اجهزة الكمبيوتر تحول النصوص المقروءة اوتوماتيكياً الى جمل تظهر على الشاشة كخدمة للمشاهدين الصم.
6. في كلتا الحالتين تعطي أخطاء التهجئة صورة سلبية عن الصحفيين والمحطة.

وتكتب أخبار الراديو والتلفزيون بأسلوب أبسط وأقرب إلى أسلوب الحديث مما هو الحال في الصحافة المطبوعة، وبعبارة أخرى يتعين على الصحفيين العاملين في البث الأذاعي والتلفزيوني ان يكتبوا بالطريقة التي يتحدثون بها، وتقول القصة الاخبارية في

الجريدة "فر الرجل في سيارة تويوتا حمراء بحسب ما قالت الشرطة" ولكن العزو يأتي في البداية في حالة البث، ولذا يقول النص المذاع في الراديو والتلفزيون، "تقول الشرطة ان الرجل فر في سيارة تويوتا حمراء"، وللمحافظة على أسلوب المحادثة لا يحتاج الأذاعيون الى استخدام الأسماء والألقاب كاملة في القصص الاخبارية، ويمكن القول بشكل عام ان الأحرف للاسم الوسط لا تستخدم ما لم يكن ذلك الحرف جزءاً أساسياً من الاسم، وفي بعض الأحيان قد لا يكون حتى الاسم ضرورياً، فعلى سبيل المثال يشير تقرير أخباري في الصحافة المطبوعة الى "ان وزير الخارجية العراقي هوشيار زبياري اجتمع مع نظيره السعودي سعود الفيصل في اسطنبول بتركيا أمس الخميس"، ولكن الخبر المذاع في الراديو قد يقول ببساطة "اجتمع وزير الخارجية العراقي والسعودي اليوم في تركيا" (ديبره، مصدر سابق، ص 41).

البحث الثاني

وسائل إثارة الاهتمام في الوسائل الموسوعة والمرئية والمقروعة

ان وسائل الاعلام في بحث دائم عن كسب قضية مهمة تتعلق بإثارة عواطف المتلقي ومحاولة التأثير فيه وخطب وده عبر اساليب فنية متعددة تختلف باختلاف نوع الوسيلة الاتصالية وهي تواصل التوأمة مع التطور التقني الحاصل كل يوم، فعندما تكون الوسيلة صحيفة فأن اساليب الاخراج الفني والتصميم وتنوعية الصفحات وعرض الموضوعات يتطلب وضع اللامسات المشوقة، وكذلك الحال بالنسبة للإذاعة التي تجعل من اللحن والصوت المميز والموسيقى التعبيرية واحدة من الاساليب المؤثرة على المستمع، وربما يكون الامر مختلفاً كثيراً بالنسبة للتلفزيون عندما تختلط الصورة بالصوت لتكشل ثنائية ذات تأثير سحري بالغ لدى المشاهدين في البرامج الاخبارية والفنية والمنوعات وغير ذلك، وانطلاقاً من هذه المزايا لا بد من طرح هذه الجوانب بحسب طبيعة الوسيلة.

أولاً: وسائل إثارة الاهتمام والتشويق في التلفزيون:

ان التلفزيون يحتاج الى وسائل الإثارة والتشويق التي تساعد على لفت انتباه الجمهور ومن ابرز هذه الوسائل ما يلي:

1. القيم المرئية التي توجد بها كل من الحركة واللون والصورة والضوء في المشهد الاخباري التلفزيوني، وتساعد في كسب عاطفة المشاهد بالمشاركة والاندماج اللازم بفضل ما تنطوي عليه القصة الخيرية من عناصر روائية.
2. الجاذبية التي تمتاز بها المقدمة او الاستهلال الذي يبدأ به مقدم البرنامج التلفزيوني فقراته مصحوبا بالحركة واللون والموسيقى والصوت الانساني الذي ورد بطريقة درامية منسجمة مع المقدمة بالغناء أو الشعر أو الموسيقى التصويرية أو الرقص أو العناوين وغيرها.
3. الوجوه الانسانية التي يعطي حضورها بعدا انسانيا مؤثرا في زيادة متابعة المشاهدين للبرنامج، وهي مثل مقدم البرنامج من امثال مشاهير النساء الحسنات وصاحبات الصوت الجميل وكذلك ضيوف البرنامج من اصحاب الاراء السديدة والمؤثرة او الاراء المتناقضة او الشخصيات العامة التي تتصدى للموضوعات التي يتناولها البرنامج، وكذلك اللقاءات والحوارات المسجلة لاصحاب الحرف المميزة وهواياتهم النادرة وغيرها.

4. نوعية الموضوعات التي بحثها البرنامج، فكلما تناولت موضوعات حساسة ومثيرة وذات عناصر درامية مثيرة فيها نوع من الصراع والتنافس كلما توفر عنصر الجذب والأثارة والتشويق.
5. نوعية الأفلام الوثائقية والتسجيلات الصورية والصوتية التي يعرضها البرنامج تأكيداً لموضوعاته، فكلما كانت ذات مضامين مثيرة وجديدة كلما كان إقـدر على إثارة الانتباه والاهتمام وتحقيق قدر عال من المتعة والتشويق، (زيدان عبد الباقي، علم النفس في المجالات الإعلامية، مكتبة غريب، القاهرة، 1978، ص202).

ثانياً: وسائل الأثارة والتشويق في الإذاعة:

1. اللحن المميز signature tune الذي يسبق تقديم النشرة الإخبارية أو البرنامج الإذاعي، والموسيقى المصاحبة للتقديم والفواصل الموسيقية بين الفقرات الرئيسية للموضوع.
2. جاذبية الصوت الذي يقدم البرنامج أو النشرة سواء كان امرأة أو رجلاً أو الدفء أو الرخامة والنفس العاطفي أو الجو الأدبي الذي يظهر في نبرات الصوت سواء في شدته أو حدته أو في همسه أو بـحـته وفي تأكيد المعاني.
3. الأسلوب الإذاعي المميز في الكتابة من حيث الشكل والمضمون الذي يمتاز باستخدام الجمل القصيرة القادرة على الاتيان بالمعاني الفريدة والخالية من التكلف والحشو والركاكة.
4. المعاني الأدبية الراقية المليئة بالمعلومات المعرفية الجديدة التي يبحث عنها الجمهور المستمع ويتطلع للتعرف عليها بلهفة.
5. نوعية الموضوعات التي تتطرق إليها البرامج ومدى أهميتها ومستوى مواكبتها عند المستمعين من حيث مواكبتها لتطورات الأحداث الجارية وصلتها بمصالح الناس واهتماماتهم الإنسانية.
6. الوقت المناسب لبث البرنامج وعلاقته بالجـو النفسي العام.
7. تـكـنـيـك العرض والتقديم والإخراج والتقنيات المستخدمة في تنفيذ حلقة البرنامج.

ثالثاً: وسائل الأثارة والتشويق في الصحافة:

1. جمالية العناوين ووضوحها وقوة المعاني الإيحائية التي تحملها.
2. ذوقية الألوان والخطوط وروعة التصميم الإخراجي والطباعي الذي يبرز جمالية أجزاء الموضوع الرئيس وتقطيعات عناوينه الفرعية.

3. اختيار الحجم والمكان المناسبين للموضوعات حسب أهميتها في صفحات الجريدة أو المجلة.
4. تناول الصور الفوتوغرافية المناسبة والرسوم الجميلة والخرائط المبينة والجداول والأشكال البيانية التوضيحية.
5. المقدمات القوية الجذابة بصياغتها وتعطي إبراز ملامح الموضوعات المطلوب تناولها من قبل الجمهور، (د. عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار والبرامج، مصدر سابق، ص 132-134).

رابعاً: الأثر العاطفي للصورة التلفزيونية:

إن الخبر التلفزيوني يتميز بصفة خاصة عن الأخبار في الوسائل الأخرى ومنها الخبر الإذاعي بامتلاكه الصورة المتحركة، فهذه الصورة قادرة على نقل تفاصيل الحدث من مكان وقوعه إلى مكان مشاهدته في المكان الذي يجلس فيه المشاهد، والأهم من ذلك تمازج الصورة بالصوت، أي يكون الخبر عند صياغته وتحريره خبراً مسموعاً ومرئياً، وبهذه الصيغة فإن الصورة المتحركة ستكون ذات وقع كبير لادخال تفصيل الحدث بالصيغة الإخبارية إلى ذهن وقلب المشاهد أكثر من غيرها لامتلاك ثنائية العين والاذن في التعامل مع المعلومة الواردة، ويطلق على ذلك " لغة " الفيلم أو لغة الصورة التي تختلف اختلافاً كبيراً عن الكلمة المنطوقة أو المطبوعة، (د. كرم شلبي، مصدر سابق، ص 77، وكذلك د. أميرة الحسيني، مصدر سابق، ص 96) إن المضمون الإخباري الذي ينقل لا يختلف حتى لو اختلفت الوسيلة الإعلامية سواء كانت الصحيفة أو الإذاعة أو التلفاز التي نقل عبرها بالعكس يبقى المضمون نفسه، ولكن الذي يختلف هنا فيتجسد في أسلوب وطريقة التوصيل وكذلك في طبيعة الأثر الذي يتركه هذا الخبر عند توصيله للجمهور بوسيلة معينة، فالصورة المتحركة للتلفزيون فمن المؤكد هي التي تكون أكثر من غيرها تترك أثراً عاطفياً لدى المشاهد، وهنا يأتي دور العاطفة الذي تجسده الصورة، فالخبر التلفزيوني ينفرد دون غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى في الانطباع العاطفي الذي يتجلى في دفع المشاهد إلى الغضب أو الخوف أو الكراهية أو الحزن، ومن الصعوبة بمكان أن تتحكم الوسائل الإعلامية الأخرى في تفجيرها عند الإنسان بسبب ضعف القدرة التي يمتلكها التلفزيون في الصورة المتحركة، وبلا شك فإن الأثر العاطفي لا يتحقق لا في فيلم بطبيعة الحال، وإنما هو يعد أمراً مرهوناً بأساسيات تتعلق بطبيعة اللقطات التصويرية وأنواعها وكيفية تصويرها وترتيب اللقطات ترتيباً معيناً يؤدي إلى خلق انطباع أو تأثير بعينه، تلك هي أساسيات الصورة المتحركة أو أساسيات الفيلم أو اللقطة المعبرة في الخبر (د. كرم شلبي، مصدر سابق، ص 78).

أحاليب التحرير للفنون الصحفية

أساليب التحرير للفنون الصحفية

البحث الاول

اساليب التحرير للقصة الاخبارية

التقرير الصحفي

هو نوع اخباري مستقل ومتميز يقدم الحقائق والوقائع الجوهرية والتفصيلية عن حدث معين كما يقدم شرحاً مفصلاً ووصفاً وربما تفسيراً وتحليلاً لظروف هذا الحدث ودوافعه وأسبابه والشخصيات الفاعلة فيه، ويقدم ذلك كله من خلال التجربة الذاتية للصحفي بكونه شاهد عيان يعيش لحظات وقوع الحدث ويراقب تفاصيله المتعددة، (التقرير الصحفي، الاكاديمية السورية الدولية، مركز التدريب والأعلام مجلة (ميديا)، العدد التاسع، آذار 2008).

ويعرفه البعض بأنه عمل وظيفي وانشائي متداخل العناصر ولكنه من الناحية النظرية يقسم الى قسمين هما الحديث الصرف أو المقابلة كما أسلفنا في الخوض بتفاصيلها وتتبعهما أنواعا أخرى تدخل جميعها في نطاق التقرير الصحفي (د.جان كرم مدخل إلى لغة الاعلام، دار الجيل، 1989، ص 54)، والتقرير الصحفي بصيغته الاخبارية هو نوع من أنواع التعليق على الأخبار وهو أبرز سمة تجعله يتناول الأحداث التي وردت بصيغة أخبار حيث يتضمن قدراً كبيراً من المعلومات والتفاصيل التي من الصعوبة بمكان ان تدخل في صلب الخبر مهما كان واسعاً، فالخبر يعطي إشارات حول الموضوع لكن المعلومات الضرورية والهامة يركز عليها التقرير بالشرح والتفسير وبشيء من التحليل التي تسهل فهم اللغز التي كانت مخفية حول الحدث، وتأتي بمثابة اجابات وافية على الكثير من التساؤلات التي يثيرها الخبر في ذهن القارئ والمُشاهد والمستمع (د.كرم شلبي، الخبر الاداعي - فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص 137-138)، ويتعزز التقرير الاخباري بالمعلومات التي يحصل عليها المراسلون والمُندوبون وخاصة عندما يتواجدون في موقع الحدث ويحصلون على معلوماتهم من ملاحظاتهم الشخصية والوثائق واستقراء آراء الناس من شهود العيان، وفضل التقارير الاخبارية للمؤسسات الاعلامية سواء الصحف او الاذاعات او المحطات التلفزيونية تلك التي يعدها المراسلين والمُندوبين المتواجدون في مكان الحدث (د.أميرة الحسيني، فن الكتابة للاذاعة والتلفزيون، بيروت، دار النهضة، 2005، ص 19) وكثيراً ما يتم التركيز على تقارير إخبارية لصحف كبرى مثل نيويورك تايمز والواشنطن بوست والأهرام المصرية والزمان العراقية وغيرها من باقي كبريات الصحف بالعالم، وكذلك وكالات انباء مثل رويترز والاسوشيتدبرس والفرنسية وال

dpa الألمانية وشبكات فضائية مثل ال cnn و bbc والجزيرة والعربية وحتى المواطن الاعتيادي عندما يشاهد تقريراً مراسل فضائية من موقع الحدث فإن نسبة المصادقية تكون عالية فيما تعطي للتقرير أكثر حيوية وأما في التقرير الأذاعي فإن ضجيج الناس وأصواتهم تعطي قدراً من الثقة والأهمية والرصانة للتقرير فيما تشكل صور الحادث والمعلومات نفس القدر من الأهمية للتقرير في الصحف.

الأسلوب:

يستخدم في التقرير أسلوباً لنقل الحقائق والوقائع والتحليل والتفسير مختلفاً تماماً عن الأسلوب الذي يستخدمه الخبر، وإذا كان يستخدم في تحرير الخبر نموذجاً يتيح تقديم العناصر الأخبارية الأكثر أهمية في البداية ثم ينتقل الى تقديم العناصر المتوسطة الأهمية ثم القليلة الأهمية، فإن التقرير يستخدم أسلوباً مختلفاً وهو أسلوب الرواية العادية، بمعنى أن التقرير غالباً ما يقدم على تتبع مسار الحدث تماماً كما وقع، وبنفس التسلسل الزمني وهذا يعني أن العناصر المهمة في التقرير تأتي في جسم التقرير وليس في مقدمته، كما أن اهتمام التقرير بتقديم نوع من التفسير والتحليل والتقييم للحدث فرض وجود خاتمة للتقرير، تلخص حصيلة أو نتيجة عامة لعملية التحليل والتقييم هذه.

1: خصائص وسمات التقرير:

توضح القراءة المعمقة للتعريف السابق السمات الأساسية للتقرير وهي:

1. يهتم التقرير بالتركيز على الكيفية التي جرى بها الحدث، ويبرز الظروف التي أدت الى وقوع الحدث، وهو ما يمثل الجانب المعرفي
2. يغطي التقرير حدثاً آنياً وراهناً في الغالب.
3. يقدم التقرير شريحة أوسع وأعمق نظراً لأنه يقدم الوقائع الجوهرية الأساسية المتعلقة بالحدث، كما يقدم الوقائع التفصيلية والجزئية وذلك من أجل تقديم صورة كاملة للحدث.
4. يقدم التقرير قدراً من الوصف والشرح والتفسير والتحليل المناسب لأيضاح بعض الوقائع وتفسيرها أو لوصف الظروف المرافقة للحدث أو لتحليل دوافعه ونتائجه.
5. يقدم التقرير ذلك كله من خلال رؤية الصحفي وتجربته الذاتية ومعايشته للحدث كشاهد عيان على حدوثه ومراقب لتطوره، (د. علي منعم القضاة، كتابة مقدمة للاخبار والتقارير الصحفية، ص 53-54، موقع دوريات للمزيد ينظر الرابط الاتي: www.dawryat.com)

2. عناصر التقرير:

يقوم التقرير الصحفي على عدة عناصر إعلامية منها:

1. مقدمة عن الحدث
2. تعليقات وآراء من قبل الأشخاص المشتركين بالحدث
3. الوثائق والحقائق المتاحة في موضوع التقرير
4. الأحداث الحالية أو الجديدة التي تطرأ
5. الأحداث الماضية أو ما تسمى بالخلفية التاريخية
6. نتائج أو خلاصة عما حدث من تفاصيل الحدث.

3. بنية التقرير الصحفي (الهيكلية)

يمتلك التقرير الصحفي بنية متميزة ومتماسكة، وتتألف من الأجزاء الآتية:

— **العنوان:** يستخدم التقرير العناوين التي تحمل مضمونا إخباريا وعنصرا ذاتيا في الوقت نفسه، مثال: عنوان لتقرير إخباري عن قصف الطيران الحربي الأمريكي لمجمع سكاني للمدنيين في بغداد عقب الغزو العسكري واحتلال بغداد مطلع 2003 بحجة اختباء مسلحين أسهدفوا رتلا عسكريا أمريكيا وقتلوا عددا من الجنود وأحرقوا ثلاث دبابات أبرامز، وكانت نتيجة القصف مقتل وإصابة 300 عراقي مدني غالبيتهم من الأطفال والنساء.

— المقدمة:

تعتبر مقدمة التقرير مدخلاً ومهيئاً للدخول في الموضوع الرئيس للتقرير ويهيئ القارئ لقراءة العناصر التالية ويجذب انتباهه ويدفعه لمتابعة القراءة ولذلك قد تكون مقدمة التقرير عرضاً لأحدى الوقائع الملموسة التي يتضمنها التقرير وتعبيراً عن موقف معين أو تقديم صورة أو زاوية للرؤية الحدث ومعالجته ويجب أن تكون المقدمة مناسبة لموضوع التقرير وللمنظور.

— جسم التقرير:

يتضمن جسم التقرير جميع العناصر الإخبارية التي حددها الصحفيين لمعالجة الحدث، متسلسلة حسب الأهمية التي حددها الصحفيين لكل عنصر من هذه العناصر، ويمكن ترتيب العناصر الإخبارية في مثال الأعصار على النحو التالي:

1. البدء بوصف الأعصار وتقديم معلومات رسمية تدعم هذا الوصف وتتعلق بقوة وتأثير القصف الجوي ونتائجه الكارثية...الخ.
2. وصف الخسائر التي سببها القصف، البدء بالخسائر البشرية، ان وجدت، ثم الخسائر المادية.
3. توسيع المعلومات المتعلقة بالقصف الجوي من خلال حوار صحفي مع القائد الأمريكي بالعراق والمنظمات المختصة بضحايا العنف والحروب.
4. توسيع المعلومات المتعلقة بالخسائر من خلال حوار مع مسؤول في وزارة الصحة.
5. الأسباب التي جعلت الخسائر ضخمة.
6. الآثار النفسية والاجتماعية للمتضررين من خلال حوار يجري مع عائلات ضحايا الجريمة.

— خاتمة التقرير:

تشكل الخاتمة جزءاً مهماً من بنية التقرير الصحفي وتمتلك قوة اتصالية ذاتية مستقلة نسبياً، تعود ضرورة وجودها في التقرير الى حقيقة وجود عناصر التحليل والتفسير والتقييم بشكل قوي وفعال، الامر الذي يتيح للخاتمة تلعب دوراً بالغ الأهمية والفعالية في تمكين التقرير من تحقيق أهدافه وانجاز مهامه، وحتى تستطيع الخاتمة ان تقوم بهذا الدور الفاعل في التقرير يجب..

1. أن تتضمن رأياً أو حكماً معيناً أو نتيجة ما.
2. ان يتم الوصول الى هذا الرأي أو الحكم أو النتيجة من خلال العرض الذي قدمه الصحفي في جسم التقرير وان تكون مستخلصة منه ومرتبطة به.
3. أن تبتعد عن العمومية والتجريد والخطابية وان تقتصر على ما يمكن استخلاصه من معطيات التقرير.
4. أن يجري تقديمها كرأي واقتراح يمتلك مقومات وأهلية الحظور والمناقشة وان يتم تجنب تقديمها كرأي أحادي معصوم يصادر حرية القارئ في التوصل الى استنتاجات مختلفة.

5. أن تسعى لاستثارة تفكير القارئ ودفعه إلى مزيد من التفكير بموضوع التقرير.

4. أنواع التقرير:

تختلف التقارير الصحفية من حيث نظرتها إلى الأحداث، وبالتالي من حيث تفاوت درجة تركيزها على العناصر المختلفة للحدث: وكما تختلف من حيث طريقة العرض والتقديم، ويمكن التمييز بين خمسة أنواع من التقارير الصحفية:

أ. التقرير الأخباري: يركز هذا النوع من التقارير الصحفية أساساً على الوقائع والحقائق والمعلومات ويسعى لكشف وتقديم حقائق جديدة غير معروفة، وإلى تقديم خلفية وتفسير وتحليل لهذه الوقائع، وإلى إنجاز ذلك كله بأقصى قدر من التوازن والموضوعية، يستخدم التقرير الأخباري (الذي يسمى أحياناً بتقرير المعلومات) لتغطية الأحداث الهامة والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية... الخ، واشباع الحاجات الإعلامية لقارئ أكثر جدية واهتماماً من قارئ الخبر، مثال: تقرير عن وصول وفد اقتصادي من دولة صديقة إلى البلد لا يكتفي التقرير بتقديم المعلومات العامة المتعلقة بالوفد وتشكيلته وموعد وصوله ومدة زيارته، بل يذهب الصحفي إلى المطار، يراقب كيفية الاستقبال ونوعية المستقبليين ومستواهم الوظيفي ويحصل على معلومات إضافية من خلال الأسئلة التي يمكن أن يوجهها إلى أعضاء الوفد وإلى مستقبلي في البلد المضيف، حول الزيارة وطبيعة الموضوعات التي يتركز عليها المباحثات والمنشآت والمشاريع التي سيزورها الوفد المضيف، الخ، ثم يعود الصحفي إلى مكتبه ويسعى لاستكمال مادته بالعودة إلى الأرشيف ليحصل عن المعلومات الاقتصادية بين البلدين وعن خلفية هذه الزيارة وموقعها في السياق العام للعلاقات الاقتصادية بينهما.

وظائف التقرير الاخباري:

ان التقرير الاخباري يتميز بعدة وظائف وهي على النحو الآتي:

1. تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يعطيه حقه في النشر.
2. إبراز زوايا جديدة أو جوانب عن حديث معروف.
3. تقديم الخلفية التاريخية أو الخلفية الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير، فإن من شأن هذه الخلفية أن توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.

4. تقديم تقييم موضوعي لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الاحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات لأجل استشهاد كاتب التقرير بها، أو تلك التي يتوصل اليها بنفسه،(د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر، 2009)

ب. التقرير ذو الهدف الخاص: يتم التركيز فيه على محور أو جانب واحد من حدث ما يتألف من جوانب أو محاور متعددة، من أجل تحقيق هدف الذي حدده الصحفي لمعالجة موضوعه.

مقدمة تقرير عن الأعصار السابق ذكره يمكن ان تكون: وصفاً معبراً للمشهد المأساوي، أو قولاً لأحد المزارعين يصور حجم الفاجعة، أو معلومات تتضمن تقديراً أولياً للخسائر... الخ، أو تصريحاً لمسؤول بالارصاد الجوية يقدم حقائق علمية عن الاعصار أو تصريحاً لمحدث رسمي يتضمن تقديراً أولياً لحجم الخسائر ويشير إلى إمكانية تعويض المزارعين عن خسائرهم.

ج. تقرير الحالة: ينطلق هذا النوع من التقارير من حادثة محددة، أو قصة فردية، أو حالة خاصة ثم يتوسع في معالجتها وجمع المعلومات عنها، وعن اسبابها، ودوافعها، واثارها، ساعياً خلال ذلك الى توسيع أبعاد هذه الحالة الخاصة ورفعها من حدود الحالة الفردية الضيقة الى افاق الظاهرة العامة الواسعة.

ويتقاعس عن قراءة العدادات في مواعيد دورية ثابتة، وتوضح الشكوى ما يترتب على هذا التقاعس من تفاوت المبالغ التي يدفعها المواطن من دورة إلى أخرى، وإلى تفاوت السعر تبعاً لتفاوت كمية الاستهلاك وفق نظام الشرائح، يذهب الصحفي إلى صاحب الشكوى ويتأكد من المعلومات التي وردت في الرسالة ويطلع على الوثائق والاتصالات ويتحدث معه بالتفصيل عن الخسائر المادية التي لحقها به اهمال الموظف ثم يذهب بعد ذلك إلى مؤسسة الكهرباء، ويتحدث مع المسؤولين، ويواجههم بالوثائق والاتصالات التي تثبت اقواله وقد يصل إلى حل مشكلة المواطن صاحب الشكوى، وبعد ذلك لا يبقى في حدود هذه الحالة الفردية، بل يوضح ان سبب الاهتمام بهذه الشكوى كونها متكررة، وبالتالي هي ظاهرة عامة او في طريقها الى ان تصبح كذلك ما لم يتم مواجهتها، ويسعى الصحفي الحصول على المزيد من المعلومات وربما الحالات الأخرى في أماكن أخرى محاولاً معالجة الأبعاد العامة للمشكلة وايضاح أخطارها على المواطن وما هي السبل الكفيلة بحلها.

د. تقرير الشخصيات: وهو التقرير الذي يتم التركيز فيه على الشخصية (أو الشخصيات) صانعة الحدث أو المعنية به، بهدف صورة ملامح هذه الشخصية وطرق تفكيرها وأسلوب حياتها والدور المهم والفاعل وربما الحاسم الذي قامت به بصنع الحدث، ويشكل الإنسان في صراعه من أجل تحقيق طموحاته ومشاريعه وصراعه مع الطبيعة، ومع المرض، ومع المشكلات والأمراض الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، واهتمامهم بالشأن العام والتزامه القيام بدور فاعل في الحياة العامة، مادة غنية لتقرير الشخصيات.

مثال: حريق يندلع في منزل مؤلف من طابقين، لم يكن يوجد في المنزل ساعة اندلاع الحريق سوى أم وطفلتها، النيران تحاصر الأم وطفلتها في إحدى شرفات المنزل، أحد رجال الإطفاء يندفع معرضاً حياته لخطر كبير، وينجح في إقحام النيران والوصول إلى الأم وطفلتها، وينجح في إنقاذهما بأقل الأضرار الممكنة، الصحفي، الذي عايش الحدث وراقب تطورات كشافه عيان، قد يختار أن يبنى تقريره عن الحدث عن الجانب الإنساني من هذا الحدث (وهو حالة الذعر الرعب للام وطفلتها المحاصرتين بالنيران، والدور الحاسم الذي قام به رجال الإطفاء، والذي تكفل بالنجاح)، على حساب الجوانب الأخرى (سبب اندلاع الحريق، الخسائر المادية للحريق، النقص في معدات فريق الإطفاء، اندفاع الجيران بالأسهام في إخماد الحريق) تلك الجوانب التي قد لا يهتمها تقرير الشخصيات، ولكنه يضعها بالتقرير في موقع أقل أهمية.

هـ. التقرير الحي: هو التقرير الصحفي الذي يتم التركيز فيه أساساً على تقديم الحدث عن طريق التصوير الحي للوقائع والشخصيات، وليس على تقديم وقائع وحقائق مجردة عن الحدث، وتحليله وتفسيره، ويهتم التقرير الحي بوصف الحدث وشرح الظروف المحيطة به، وتجربة الصحفي الشخصية في معايشة هذا الحدث وكذلك تصوير الأشخاص المعنيين بهذا الحدث، طريقة العرض مهمة جداً في التقرير الحي، وكذلك أسلوب المعالجة، والمسألة الأساسية هنا هي تقديم صورة نابضة بالحياة والحيوية ولجاذبية يغلب عليها طابع الشخصي، وربما الرؤية الذاتية للحدث، وهذا ما يفسر حقيقة أن التقرير الحي أكثر استخداماً في تغطية الأحداث الخفيفة بعكس التقرير الأخباري الأكثر استخداماً في تغطية الأحداث الجديدة.

مثال: صحفي يعد تقريراً عن اليوم الأول بالامتحانات الثانوية العامة، لا يتم التركيز في التقرير الحي على عدد الطلاب، ومشكلات المراقبة، والأسئلة، وضيق القاعات، وصعوبة المواصلات،... الخ، بل على العكس، يسعى الصحفي جاهداً لتقديم وصف مؤثر ومعبّر عن الحالة النفسية والمعنوية للطلاب وحالة التوتر والقلق والخوف، ويجري مقابلات حوارية سريعة مع بعض الطلاب وذويهم، ثم ينتقل لمقابلة بعض الاساتذة

والإداريين والمسؤولين عن سير الامتحانات وتنظيمها وضبط القاعات، ويحاول أيضاً أن يقدم صورة حية عن موضوعه، ويضع ذلك كله ضمن سياقه العام وهو مجمل الظروف والسياسات التربوية التي جعلت امتحانات الثانوية العامة تحظى بهذه الأهمية والخطورة، مظهراً تقديره الشخصي لهذه الظاهرة وحكمه عليها، وذلك من خلال العرض الذي قدمه على لسان الطلاب والإداريين والأساتذة.

5. الفرق بين الخبر والتقرير:

الخبر: يختار الحدث على أساس المحلية والعالمية والضحامة والصراع والتوقع والغرابة والشهرة والإنسانية أو الجنس والجريمة ولا تظهر آراء وانطباعات المحرر لأنه يجب أن يجسد شخصية الإنسان الملائكي المحايد والناقل للأمانة.

التقرير: يظهر شخصية المحرر وآراؤه من خلال أبدأء بعض التحليلات.

الخبر: يركز على نقل الحدث فقط بينما التقرير يحرص كاتبه على التفاصيل التالية:

الظروف التي أدت إلى وقوع هذا الحدث

الأشخاص الذين لعبوا دوراً في هذا الحدث

تقديم مزيد من التفاصيل الجانبية عن الحدث

يبحث التقرير عن تفاصيل إضافية للخبر ولا يكتفي بالإجابة عن الأسئلة الستة أو السبعة التي أضفناها.

يركز بالإجابة على سؤال كيف ويعتمد على الوصف والعامل السردى مع الوقائع، فهناك وصف للانفعالات والعواطف.

6. كتابة التقرير الصحفي:

- يكتب بطرق عدة مثل قوالب الهرم المعتدل والتشويقي وبيضة الأوزة.
- مقدمة التقرير: تمهد للموضوع وتهيئ القارئ له.
- وتحتوي على عدة عناصر منها: واقعة ملموسة، موقف معين، صورة منطقية، زاوية جديدة
- مهمة المقدمة: جذب القارئ للموضوع، دفع القارئ للمتابعة، (التقرير الصحفي، الأكاديمية السورية الدولية، مركز التدريب والأعلام مجلة (ميديا)، مصدر سابق).

البحث الثاني

الصيغيات التحريرية لفن الحديث الصحفي

أولاً: فن الحديث الصحفي:

إن المهارة تمثل عنصراً مهماً في فن المقابلة الصحفية، ذلك إن الصحفي من بديهيات عمله هو الاختلاط بالناس والتحاور معهم والنزول عند ادق تفاصيل حياتهم، وهو امر لا غنى عنه لأن هدف الصحفي سواء المندوب أو المراسل هو البحث عن الحقيقة التي كثيراً ما تكون غائبة عن اذهان الآخرين بينما طبيعة العمل الاعلامي تجعل الصحفي في دوامة بحث دائمة عن الحقيقة، لذا فإن الحديث الصحفي هو أحد الفنون الصحفية له خصائصه التي تميزه عن الفنون الأخرى، أما المقابلات فهي وسيلة من وسائل الحصول على المعلومات التي نستخدمها في الحصول على الاخبار وفي إجراء التحقيقات، ويذهب علماء الاتصال والأعلام الى أن "كل حوار صحفي يأتي انما بالتفاصيل التي تجعل الموضوعات جذيرة بالثقة"، وتشكل المقابلة الصحفية من صميم التقرير الصحفي، فكل تقرير يستلزم في اغلب الأحيان اجراء مقابلات مع اناس لديهم معلومات مفيدة وكذلك مع خبراء واختصاصيين من دون ان تذكر اسمائهم في المقابلة التي تعد نوعاً صحفياً قائماً بذاته ولا يكون للصحفي سوى تحريك الشخصية على الكلام الذي يهم الناس، ان المعلومات هي دائماً ما تكون خزين في ذاكرة أصحابها وشهودها والصحفي الناجح هو الذي يمتلك القدرة على الاستنتاج بطرق الاتصال الشخصي- التي تستوجب عامل الانسجام والحيوية، فحادث سير يودي بحياة الكثير من الناس يستدعي ذلك من المندوب ان يستنطق الناس والمقربين من الحادث وأقرباء الضحايا لأن ذلك شيء ضروري لتكوين صورة دقيقة ومعلومات مؤكدة عن الحادث، وبحسب التجارب العملية في الميدان الصحفي فإن أفضل الموضوعات التي تشد القارئ للمتابعة سواء بالصحيفة أو الاذاعة أو القناة الفضائية هي التي تأتي من المقابلات المتعددة، ولا يمكن لقارئ أن يدرك كم من الوقت استغرق الصحفي للحصول على معلومات القصة الخيرية قبل نشرها، وكم من الناس التقاهم واستنطقهم، ولو افترضنا ان عدداً من الصحفيين على مستوى مهني واحد لكن حتماً سيتميز أحدهم في كتابة الموضوع الصحفي لقصة معينة وذلك يرجع الى رغبة المتميز في التدقيق عن التفاصيل والحاحه في إثارة الكثير من التساؤلات للوقوف عند جميع ملابسات الموضوع، وربما ينقص الصحفي التعاطف وحب الاستطلاع للحصول على ما هو أكثر من الحقائق الاساسية في القصة - مثل الوصف والتفاصيل أو ما نطلق عليه في فنون التحرير الاجابة عن الاسئلة الاستفهامية، (شيرلي بياجي، المقابلة الصحفية، فن، دليل عملي للصحفي، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ص 17) لمزيد نظر د. عبد العزيز شرف، ص

(210) وتعد المقابلة الصحفية مثل المحادثة باعتبارها نوعاً من تبادل المعلومات والآراء والتجارب بين شخص وآخر، وفي المحادثة تنتقل السيطرة على المناقشة من شخص لآخر مرات عدة دون احتكار لطرف معين، إلا أنه في المقابلة الصحفية فإن الصحفي هو الذي يتحكم في سير المناقشة ويحدد اتجاه الأسئلة، (المصدر السابق نفسه، ص 23)، أن الصحفي الذي يجري المقابلة عليه أن يصغي للمتحدث أمامه ويراقب ويستجيب ويتحرى كل شيء فيه ويسجل كل ما يجري في وقت واحد، وعليه أيضاً مسؤولية الحفاظ على الجو العام للمقابلة وخلق جو ودي يدعو للاسترخاء وعدم الشعور بالخطر من جانب المصدر، كما يستلزم الأمر إخفاء أي نوع من حب الظهور عنده تماماً، والسيطرة على الموقف بطريقة خفية، كما أن للسكوت أوقاتاً يكون فيها الصحفي بوضع أفضل من الكلام، ومعلوم إن هذه طبعاً لها أصولها ويقدرها الصحفي المتمرس الذي، (د. عبد العزيز شرف، مصدر سابق، ص 211)، أن الشخصيات الكبيرة من الرؤساء والوزراء والمسؤولين لديهم تجارب في التعامل مع وسائل الإعلام وليس من السهولة بمكان استخلاص معلومات مفيدة جداً منهم أثناء المقابلات، ويتطلب من الصحفي مراعاة العلاقة معهم، فطرح قضية خاصة بعيدة عن النشر أثناء إجراء المقابلة لا بد من الحفاظ عليها دون نشرها، وألا فإنك ستخسر مصادرك المهمة وتفقد ثقتهم بك مستقبلاً، ثم ستعرض معلوماتك من المقابلة إلى التكذيب وهذا أمر خطير ينبغي الاستفادة من تجارب سابقة في هذا المجال،

ثانياً: التخطيط للمقابلة وإدارة الحديث:

إذا كان فن الحوار يعتمد كثيراً على الفطرة، فإن الفطره تحتاج دائماً للعون والدعم، لذا يقدم علماء الاتصال والإعلام، بعض التوصيات تخص عملية الحوار وإجراء الحديث الصحفي سيأتي الحديث بصدد هذا، فالصحفي الذي يقوم بإجراء المقابلة مع شخصية ما من الواجب عليه أن يعرف جيداً بأنه إنسان يمتلك عقل، إذ يتلقى المعلومات ويحللها ويتعاطى مع مخرجاتها ومن ثم يقوم بإعادة توجيه الأسئلة الاستنباطية الجديدة للشخصية المتحدثة أمامه، وهذا كله ينبع من قضية الانسجام في الطرح والنقاش التفاعلي للحصول على إجابات عن الأسئلة الاستفهامية المعروفة وبالتالي جلب انتباه الناس للوصول إلى اشباع رغباتهم من المعلومات.

ولكن حتى نحقق مقابلة جيدة ومفيدة للرأي العام ومحققة لأهدافها ماهي الإجراءات المطلوب اتباعها من قبل الصحفي؟، وتتلخص هذه الإجراءات في اتباع الآتي:

1. البحث قبل المقابلة: وهذا يدعونا كصحفيين البحث عن الشخصية وإنجازاتها وتاريخها وإبراز نقاط الجدل والخلاف حولها في الشارع، ولابد من التحدث مع أناس

- آخرين عنها من الاصدقاء والمقربين وزملاء العمل في الدائرة أو المؤسسة بشرط ان نعتمد جانب التنوع وليس أخذ رأي واحد لكي تكون لدينا فكرة جيدة.
2. تحديد الهدف من المقابلة: لابد من تحديد نوعية الاسئلة وصولاً للهدف المطلوب، ونحدد هل المطلوب هو تعليق على الحدث الذي وقع قبل ايام وله مساس بالشخصية أم أنه محاولة الوصول لمعلومة معينة أو تحليل قضية مثار الجدل مطروحة امام الراي العام أو رد على اتهام ضد هذه الشخصية من طرف آخر.
3. تهيئة الاسئلة: من مسلمات العمل الصحفي عند اجراء المقابلة تدوين كافة الاسئلة التي تدور بذهن الصحفي والتي كونها من خلال المقابلات والمتابعات والقراءات ولكنه في المرحلة الاخرى عليه تحديد الالهام منها لتكون في المقدمة عندما يتضايق الصحفي في الوقت او عندما يشعر بأن الشخص الذي أمامه يتهرب من الاجابات، ولكن في كل الحالات على الصحفي ان يبدأ بسؤال كبير متشعب، لكنه ليس أمرا مطلقاً وبخاصة اذا لم يكن لديك الوقت الكافي، ولكن مثل هذا الاتجاه يحقق لك غرضين هما:

- أ. يهيء لك فسحة من الوقت لتقييم الانسان امامك وتنظيم تفكيرك.
- ب. يمنحك فرصة جيدة لتلقي معلومات لم تكن تتوقعها، وإن تستعد لاي اتجاه تفرضه المعادئة، (د. عبد العزيز شرف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص 222).

4. تحديد الموعد: من اكثر الامور المطلوب مراعاتها هو تحديد الموعد وهذا يدعونا الى اخذ موعد مسبق من الشخصية ومحاولة كسب ود الشخصية بكلمات متممة ولطيفة، وايضا الأفصاح عن هوية الصحفي والجهة التي يعمل لصالحها سواء جريدة او محطة معينة خلال تحديد موعد المقابلة.
5. اجراء المقابلة: تسبق مهمة طرح الاسئلة مسألة خلق الجو المرح من خلال التعريف بشخص الصحفي ويعقبها بالتعليق على قضايا أخرى يلفت بها انتباه الشخصية ويبعد عنها جو المحاذير التي طوقت بها قبل المقابلة بلحظات، كأن تكون الاسئلة تخص تحفة من تحف مكتب المسؤول أو طرح حكاية فيها مدلول أنساني قيم.
6. طرح الاسئلة الاساسية: وتتضمن اساس المعلومات المهمة التي ينبغي طرحها قبل غيرها لكن بطريقة خفيفة تكون متصلة مع الملاحظات التي كنا نتحدث عنها في الفقرة السابقة كنوع من مدخل طبيعي، ويحافظ الصحفي على الوقت الذي سيكون من ذهب، وقد يضطر الصحفي للتوقف عن طرح الاسئلة الاساسية بسبب طول الوقت.

7. طرح اسئلة المتابعة: وهي التي يطلق عليها بالاسئلة الاستنباطية حيث يتحصل عليها الصحفي من خلال متابعته لإجابات المصدر وبالتالي يبادر على الفور بطرح سؤال مستفيدا من مخرجات حديث المصدر وهو يتحدث، ومثل هذه الاسئلة تعد التفاتة مهمة وذكاء من الصحفي عندما يلتقط هذه الاسئلة وإعادة تدويرها بصيغة سؤال.
8. تنوع الاسئلة: ان لا يركز الصحفي على نمط واحد من الاسئلة لأنه سيجعل المصدر المتحدث حذرا ويعيش جو مليئا بالرتابة، لكن لا بد من اللجوء للتنوع في طرح اسئلة شخصية وأخرى تتحدث عن ميول الشخصية وانجازاتها وأبرز المعوقات التي واجهتها ثم الانطلاق لسؤال بارز لكي تجري عملية اعطاء ثقلات متنوعة حفاظا على اهمية تدفق المعلومات المطلوبة.
9. التحكم في المقابلة: وفي هذه الفقرة يتطلب من الصحفي ان يكون هو القائد وان لا يترك الشخصية تتحكم في جو المقابلة، بقدر ما يكون الصحفي نبها ويقظا وكلما حصل الابتعاد عن جوهر الموضوع، تقع عليه مسؤولية العودة للأجواء الطبيعية من خلال التركيز على الشخصية والانجازات التي حققها خلال مسيرته.
10. اتباع بعض المهارات: وهي أن يلتزم الصحفي جانب الصمت كلما وجد أن المتحدث سيعطي معلومات مفيدة وأن لا يقاطعه، وإذا حصل طرح اسئلة لأذعة فلا بد من مراعاة ذلك بطرحها بلسان الآخرين، وعند اللجوء للاسئلة المخرجة فعليه ان يكون متحليا باللياقة ودون التسبب في اثارة نزعة المصدر.
11. الاسئلة الاختيارية: وي طرح سؤال على المصدر بنهاية المقابلة اذا كان لديه سؤال يود الخوض في نقاشه ليكون ضمن أسئلة المقابلة.
12. النهاية الايجابية: وفي هذه الفقرة يحاول الصحفي ان يعطي مراجعة شاملة لابرز ما تناولته المقابلة تقرا على مسمع المصدر، لأنه ربما تحصل فرصة التغيير، قبل الانتهاء من المقابلة بتحية ذات نبرة ايجابية مشفوعة بتقديم كلمات الشكر على هذه المعلومات في المقابلة.

ثالثا: أنواع الأحاديث الصحفية:

ان الحديث الصحفي يعرف بأنه فن التحوار أو الالتقاء بمصدر من المصادر بغية الوصول الى المعلومات الجديدة لحادث ما، أو ربما للتعرف على وجهات النظر أو الآراء حيال هذا الحادث أو الواقعة، أو ربما لتسليط الضوء على شخصية معينة، وقد يكون الحوار الذي يجريه محرر لوحده أو أكثر من محرر مع شخص واحد أو شخصيات عدة، واصبح لفن الحديث في عصرنا الحالي أهمية قصوى في الوصول إلى المعلومات والآراء خاصة، وسط ظروف تشهد فيها الحياة تعقيدا، (د. فاروق ابو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، دار المأمون للطباعة والنشر، 1981، ص 13).

تقسم الأحاديث الصحفية إلى خمسة أقسام رئيسة وهي:

1. حديث الخبر-الحقائق **information interview** وظيفته جمع الأخبار والأعلام وطرح المعلومات حول قصة أو حادث، ومحاولة التوصل إلى أدق تفاصيل الحادث من مصادره الأساسية وبشكل يخدم القارئ، وتعود أهمية تزايد استخدام الحديث الأخباري بشكل مستقل أو ضمن أنواع صحفية أخرى مثل الخبر والتقرير والتحقيق والمقال إحدى السمات البارزة للتحرير الصحفي المعاصر، وترجع قوة فاعلية هذا النوع من الأحاديث إلى الأسباب الآتية:

- أ. الدقة التي يتعامل بها الصحفي وهو يشاهد ويسأل الناس عن تفاصيل حادث معين.
- ب. مصداقية المعلومات التي يقدمها الحديث الأخباري على لسان المصدر المتحدث أو الأشخاص المتحدثين.
- ج. القيمة الوثائقية للمعلومات الواردة في الحديث الأخباري.
- د. قوة العنصر البشري في خلق الأثر الإيجابي عند رواية المعلومات عن حدث معين.
- هـ. حضور الصحفي وتواجده في مكان الحادث متابعة التطورات اللاحقة في الحصول على المعلومات وتحقيق المهمة المطلوبة.

2. حديث الرأي- **openion interview** وظيفته التوجيه والنصح والأرشاد والحصول على الحقائق والآراء من أصحاب الخبرة والدراية والاختصاص فيما يتعلق بموضوع خاص أو حدث معين.
3. حديث التسلية والأمتاع - **feature interview** وظيفته التسلية والترفيه والأمتاع، وميزته أنه ليس فيه ما يقال، بل كيف يقال وهذا النوع يخدم في الأحاديث التي تتناول موضوعات فنية وترفيهية وحتى الفكاهية.
4. حديث الجماعة **group interview** ويأتي على صيغة سؤال واحد أو أكثر من ذلك يخص مجموعة من الناس يمثلون شرائح متعددة سواء أساتذة الجامعات والطلاب والموظفين والمعلمين أو يختص بشريحة معينة مثل المهندسين حول قضية خاصة بهم.
5. حديث المؤتمرات **press conference** وهو الذي يحصل في المؤتمرات الصحفية التي يعقدها كبار المسؤولين أو مشاهير المجتمع عن تقديم وقائع لموضوع معين على صيغة أسئلة وأجوبة، وهي طريقة متداولة في الأوساط الصحفية عندما تبحث مندوبيها ومراسليها لتغطية تفاصيل ووقائع المؤتمرات الصحفية لكبار شخصيات البلد ومسؤوليه.

رابعاً: طرق إجراء الحديث الصحفي:

1. المقابلة الخاصة.

وهذه تكون على شكل لقاء ومقابلة مباشرة تجمع بين الصحفي والمسؤول، وهذه هي الطريقة الأفضل والأكثر شيوعاً عند إجراء الحوار الصحفي لمختلف وسائل الإعلام وتمتاز هذه الطريقة بمزايا منها:

- أ. توفير إجراء مقابلة أو لقاء حي متطور يجمع بين طرفي المعادلة الصحفية وتمنع الصحفي الوقت اللازم لطرح الأسئلة ومن توجيه الحوار وقيادته بشكل امثل بغية الحصول على المعلومات المفيدة.
- ب. إعطاء الصحفي فرصة تدقيق الأرقام وبعض الاقتباسات المهمة التي ذكرها المصدر المتحدث.
- ج. توفير فرصة اخذ الانطباع المناسب عن الشخصية بشكلها الحقيقي وبالتالي توفر الأرضية المناسبة لصياغة الحديث بطريقة مثلى، وأما أبرز السلبيات في هذا النوع الحوارى فهي:

- أ. إمكانية ان يأخذ الحديث طابعاً أكثر قرباً من الطابع الشخصي وتفرض أجواء المحادثات نفسها على المهمة الأساسية.
- ب. إمكانية ان يؤدي الى انحراف الحوار عن مساره الطبيعي والمطلوب ما قد يضيع من مهمة الصحفي الإعلامية.
- ج. عدم مقدرة الصحفي على فهم كل ما يقوله المصدر المتحدث ومن ثم يلجأ الى خيار نشرها خاطئة أو قد يلجأ الى حذفها.
- د. عند استخدام جهاز التسجيل لتسجيل الحوار فإنه كثيراً ما يؤدي اضعاف طابع رسمي وزرع الخوف في نفسية الشخص المتحدث وبالتالي يبتعد الحوار عن الجو الهادئ والمليء بالود لخدمة مهمة الصحفي.
- هـ. إمكانية ان يحدث سوء فهم أو استفزاز أو توتر اثناء إجراء الحوار بين الصحفي والمتحدث حول بعض الأسئلة المخرجة وبالتالي تؤثر سلبياً على سير الحديث، (أديب خضور، الحديث الصحفي، دمشق، ط2، 2008، 35، ص36).

2. المقابلة الهاتفية:

وهي طريقة بديلة لاختصار الوقت وغالباً ما يستخدمها الصحفيون مع مصادرهم من رؤساء الدوائر المعنية بالموضوع مثل ضباط الشرطة ومدراء وأطباء

المستشفيات وأدارات تربية المدارس ورؤساء الجامعات في التعليم العالي وغيرها، وفي البداية يستدعي من الصحفي التعريف بنفسه وبالمؤسسة الصحفية التي يعمل لصالحها والأفصاح عن نوعية المعلومات المطلوب توضيحها، ويبدأ بشكل سريع عن الأسئلة المهمة حيث ان الصحفي عبر المقابلة التليفونية يأخذ بنظر الاعتبار ثمن الوقت للمصدر وربما انشغاله مع قضايا رسمية مهمة أو لديه مقابلات أو اجتماع وغير ذلك، وأيضاً على الصحفي ان يضع في الحسبان أن سرعة اللقاء التي تجعله يقع تحت تأثير آلة الهاتف ستؤدي الى تفويت الكثير من المعلومات ودون الوقوف عند أبرزها لأن التوصيات اثناء هذه المقابلات هي أن تكتب بسرعة وبأسلوب الاختصار أو الأختزال اذا كنت تجيد ذلك، وربما تعترضك قضية رداءة الصوت في كثير من الحالات التي توجهك ومن الامور الواجب اتباعها عدم السماح بفترات صمت غير مفسرة أو غير مبررة وفي حالة ان يضطر الصحفي لكتابة تفاصيل هامة عليه ان يستأذن كما يتطلب منه استبدال ردود الفعل الاشارية بأخرى لفظية أو صوتية ليشعر المتحدث بأنه يتابعه ويتعاطى مع مخرجات الحديث ويفهمها، ومن عيوب المقابلات الهاتفية:

- أ. حرمان الصحفي من رؤية تعبيرات الوجه للشخصية المتحدثة كونه أحد الأمور المهمة في الكشف عن المصادقية.
- ب. ورود بعض الأخطاء من سوء فهم ما يقوله المصدر عبر الهاتف من معلومات أو أرقام.
- ج. انقطاع الاتصال أو اختصاره من جانب المصدر لانشغاله، (د. حمدي أبو العينين، الصحافة المطبوعة، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، ص 77-79)، لكن من مزايا الحديث عبر الهاتف انه يحقق الآتي:

- أ. يحتاج لوقت اقل.. بمعنى اختصار المهمة بدقائق بدلاً من مقابلة وموعد وما يرافقها من روتين
- ب. يضمن فعالية اكبر للحديث
- ج. يقلل من وطأة الطابع الشخصي وما يرافق ذلك من عواطف ومجاملات وربما خجل يمنع الصحفي من طرح أسئلة محرجة.

3. المقابلة عبر الأجابة على الأسئلة المكتوبة:

وهي إحدى الطرق الصحفية التي تستخدم في الأحاديث الصحفية والتي غالباً ما تكون مع الشخصيات البارزة والمهمة مثل رؤساء الدول ووزراء الخارجية وقادة الأحزاب السياسية البارزة، وتأتي طريقة الأجابة عليها بمثابة وثيقة رسمية، وبالنتيجة تأتي الأجابات

غير معبرة عن مضمون السؤال الصحفي المطروح، بل تكون على شكل أجابات تقسم بالتحفظ والتوجس وطرح الآراء التي تبتعد عن أهداف الصحفي، ومثل هذه الحالة تكون مفروضة على الصحفي بل وتعرمه من اللقاء المباشر الحي، واللجوء إليها هو لتجنب الأخراج من طرف الشخصية المتعددة وكذلك لعدم توفر الوقت الكافي للشخصية في إجراء الحوار الحي أولاً وثانياً الأجواء التي تفرضها هذه الصيغة عندما تكون هنالك ضبابية تخص المسؤول أو القائد السياسي بشأن اتهامات أو خفايا قضايا خاصة أثرت حولها النقاشات في الأوساط المختلفة فيكون تقدير الشخصية الأجابة بهذه الطريقة التي تسمى في المفهوم الإعلامي والصحفي "المقابلة العمياء" وتأتي مثل هذه الحوارات عندما تتعرض هذه الشخصية الهامة لضغوطات من الرأي العام الداخلي أو الخارجي وتكون الأجابات رد مباشر على الاتهامات التي سمعها سابقاً وربما تتجاوز كثيراً أسئلة الصحفي المكتوبة وتبتعد عنها، وفي حالات عدة لا تجيب عنها سوى بنسبة ضئيلة جداً، ومن جوانبها الإيجابية.

- أ. أنها تتضمن معلومات وحقائق وتقويمات وآراء هامة ترد على لسان هذه الشخصية البارزة.
- ب. توفر عناصر الدقة المطلقة والوثائقية وإلى الابتعاد عن الطابع الذاتي والشخصي- عن الحديث الصحفي.

خامساً: القوالب الفنية لكتابة الحديث الصحفي:

إن المحرر الصحفي عند البدء بتحرير الحديث الصحفي، لم يكن في ياله إن اختيار قالب معين، ومعلوم أن هذه القوالب الفنية عند الصياغات الإخبارية أو الحوارات أو الفنون الصحفية الأخرى تبقى قوالب خاصة بالتحرير الفني تدرس نظرياً، أما الذي يفرض نفسه على المحرر هو نوع الموضوع الذي يتناوله الحديث، وتوجد أربعة قوالب فنية نظرية في صياغة الحوار الصحفي وهي:

1. قالب الهرم المقلوب
2. قالب الهرم المقلوب المتدرج
3. قالب الهرم المعتدل
4. قالب الهرم المعتدل المتدرج

وانطلاقاً من أهمية هذه القوالب كونها تمثل في التوصيف النظري خارطة طريق لا بد أن يختارها المحرر الصحفي وأن يمر باحد منها مهما تلون في أسلوبه، ويعكس ذلك

فانه يمثل خروجاً عن الخط المهني لتحرير الحديث الصحفي، وسنتطرق الى كل واحد منها بايجاز:

1. قالب الهرم المقلوب:

لا يختلف هذا القالب من حيث أسلوب استخدامه في الخبر الصحفي، وهو نفس الشكل إذ يتكون القالب من مقدمة وجسم دون غيرهما، وتتضمن المقدمة أبرز المعلومات والحقائق، ويتبع ذلك جسم الخبر الذي يمثل التفاصيل كافة ويتلائم هذا القالب مع الأحاديث الاخبارية وأحاديث الرأي، وتتنوع طرق استخدام هذا الشكل في الحوارات، فالبعض يجعل متن الخبر عبارة عن سؤال وجواب بحيث يذكر السؤال وتعقبه الاجابة، والبعض الاخر يذكر السؤال ليعقبه بملخصات لاقوال الشخص المتحدث، ويزاوج بينها وبين عبارات منقولة من نص الحديث، وفي بعض الحالات يلجأ المحرر إلى طريقة فنية بوضع فواصل أو استراحات بين الاسئلة والاجابات بتصوير الجو العام للحديث أو اعطاء خلفيات عن الموضوع أو الشخصية المتحدثة، كما ان هنالك حالات تأتي هذه المعلومات على شكل براويز مع الحديث.

2. قالب الهرم المقلوب المتدرج:

ان هذا الشكل الفني يشبه سابقه من حيث الخطوات المهنية حيث يتكون من مقدمة وجسم الحديث تحديدًا، وتتضمن المقدمة تحتوي على أبرز المعلومات والآراء، في حين يكتب المتن أو الجسم أو تفاصيل الحديث على شكل فقرات متعددة، تلخص كل فقرة منها جانباً من جوانب الحديث، وهنالك اقتباسات توجد ما بين فقرة وأخرى تمثل آراء المتحدثين واقوالهم يدلل على الفقرة السابقة ويشرح معناها.

3. قالب الهرم المعتدل:

ويتألف الحوار في هذا القالب من ثلاثة أجزاء وليس جزئين كما حصل في القالبين السابقين.

أ. مقدمة الحديث: وهي التي تهيء القارئ للحوار فتقدم للموضوع أو تصف الشخصية المتحدثة في قمة الهرم أو تعطي وصفاً للمكان أو الجو الذي أجري فيه الحديث.

ب. جسم الخبر أو التفاصيل: ويتضمن تفاصيل الحديث بشكل نصي- مرتب وفقاً للأهمية من حيث يبدأ من المهم إلى الأقل أهمية، وتكون كتابة الحديث على طريقة سؤال وجواب، أو ربما على طريقة السرد القصصي.

ج. خاتمة الحديث: وتتضمن قاعدة الحديث الصحفي المعتدل على تلخيص لأبرز المعلومات والآراء التي أدلى بها الشخص المتحدث، وربما تتضمن رأي المحرر أو كاتب الحديث أو بدلاً عن ذلك يقوم المحرر بتقويم آراء وتصريحات المتحدث.

4. قالب الهرم المعتدل المتدرج:

ويتكون الحديث الصحفي في هذا القالب المهني من ثلاثة أجزاء وهي: مقدمة وجسم الحديث وخاتمة، وتتضمن المقدمة على أبرز وأهم الآراء والمعلومات، ثم يأتي بعد ذلك جسم الحديث الذي يكون على طريقتي السؤال والجواب أو السرد الموضوعي أو بطرق أخرى، أي الاحتواء على نص الحديث مكتوباً بالطريقة المناسبة، وتأتي بعد ذلك الخاتمة التي هي جزء لا يمكن التغاضي عنه لأهميته في هذا القالب الفني، حيث يعطي المحرر انطباعاً عن الموضوع أو عن الشخصية المتحدث، والفرق بين هذا القالب وقالب الهرم المعتدل غير المتدرج أن جسم الحديث يأتي على شكل المستطيلات المتدرجة، والمقصود من ذلك أن تكون فقرات تلخص أقوال المتحدث، وتأتي بعدها فقرات مقتبسة من حديث الشخصية (الضيف)، (د.اسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، مصدر سابق، ص 74- 89)

البحث الثالث

الصياغات التحريرية لفن التحقيق الصحفي

أولاً: أساليب التحقيق الصحفي وتعريفاته:

إن الدلالة اللغوية لكلمة "التحقيق" تظهر السعي والبحث عن اليقين من الأمور والوقوف على حقيقة الخبر، وهي الدلالة التي تشير أن تعريب المصطلح reportage بفن "التحقيق الصحفي" وهذا التعريب يعود بهذا الفن إلى وظيفته الجوهرية في لغتنا واللغات الحية العالمية التي تتناول المصطلح للدلالة على الفن التحريري الذي يتناول خبراً أو فناً أو فكرة أو قضية بجانب من التحليل والتفسير وسرد البيانات والمعلومات والحقائق والآراء ووجهات النظر المتعددة وصولاً إلى قرار أو نتيجة في الموضوع المطروح على بساط النقاش أمام الرأي العام، وفي لغة الاتصال والأعلام فإن التحقيق الصحفي هو واحد من أهم وأصعب الفنون الصحفية، لكونه يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، فيجمع بين الخبر والحديث والرأي، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة، فهو إذن فن يقوم على التفسير الاجتماعي للأحداث والحاصلات والأشخاص الذين شاركوا في صناعة حدث ما.

وفي أدق تعريف للتحقيق الصحفي يقول بأنه "فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تقف وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق، ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكثر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة"، ولطالما أن التحقيق الصحفي هو جزء من الفنون الصحفية فإن واجب المقارنة مطلوب هنا مع باقي الفنون وأهمها الخبر والحديث والمقال (د. كرم شلبي، مجمع المصطلحات الإعلامية، ص 825)، كما يعرف التحقيق الصحفي بأنه عبارة عن تغطية صحفية تفسيرية متعمقة تضم جانباً من الحقيقة بداخلها، ويبدأ التحقيق الصحفي من النقطة التي انتهى عندها الخبر، (أحمد موسى قريعي، ضمير الصحافة، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2007، ص 49)، ويمكن مقارنة التحقيق الصحفي ببقية الفنون الصحفية الأخرى.

- إذا كان الخبر يعني الأجوبة عن الأسئلة الاستفهامية، فإن التحقيق الصحفي يعني الإجابة عن سؤال لماذا؟
- شخصية المحرر تختفي في الخبر، بينما التحقيق الصحفي يكشف غالباً عن شخصية كاتبه.
- الصحفي الأخباري لا ينتقي الا الوقائع ولا يعالجها إلا موضوعياً، أما كاتب التحقيق الصحفي فيركز في زاوية البعد الأنساني للموضوع ويعالجها معالجة ذاتية.
- المقال الافتتاحي يعبر عن شخصية وموقف الجريدة
- التحقيق الصحفي لا يعبر عن موقف وشخصية الجريدة لكنه ليس مخالفا لها.
- التحقيق الصحفي يشتمل على بقية الفنون الصحفية الأخرى كالخبر والحديث، والرأي، والاستفتاء، والبحث، والصور الفوتوغرافية، والرسوم، والكاريكاتور، وفي الإعلام الجديد يشمل التسجيلات الصوتية ومقاطع الفيديو أيضاً.
- التحقيق الصحفي هو ترجمة للكلمة RE-reportage والتي تعني عملية إعادة نقل الحدث بزواياه المختلفة الى الجمهور.

(د.عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، ص 321-322 وكذلك الدكتور حمدي أبو العينين، الصحافة المطبوعة، مركز الجزيرة الاعلامي للتدريب والتطوير، ص 74).

ثانياً: أنواع التحقيق الصحفي:

من حيث المعالجة الفنية للتحقيق الصحفي يوجد نوعان من التحقيق الصحفي.

1. التحقيق الصحفي الذي يعتمد على الكلمة، ويقوم المحرر بالمعالجة من خلال الاستعانة بالوثائق والبيانات والمعلومات
2. التحقيق الصحفي الذي يعتمد على الصورة، ويكون للصورة الدور الأكبر في وتكون مادة أساسية من مواد بناء التحقيق.

وهناك رأي آخر لعلماء الاتصال والأعلام يذهب الى تقسيم التحقيق الصحفي إلى ما يلي:

1. تحقيق الخلفية: وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

2. تحقيق البحث أو التحري: المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسئوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.
3. تحقيق الاستعلام: يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.
4. تحقيق التوقع: وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.
5. تحقيق التسلية والهروب: وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

ثالثاً: مصادر التحقيق الصحفي:

يمكن لك كمحرر أن تلتقط أفكار تحقيقاتك من خلال هذه المصادر:

- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة ومحطات الإذاعات والفضائيات من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
- مشاهدات وملاحظات الصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
- المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
- القصص الإنسانية والحالات الغريبة والشاذة.
- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.
- قضايا الناس وكل ما له صلة بمشكلاتهم اليومية المختلفة والتي يرصدها الصحفي المحترف والموهوب.

رابعاً: وظائف التحقيق الصحفي:

يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:-

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
- شرح وتفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية.
- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديده لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.
- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.
- الإعلان والترويج: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.
- إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي.

6- أهداف التحقيق الصحفي: وتشمل على ما يلي

- الرغبة في التغيير
- التطلع إلى الإصلاح
- كشف الأخطاء حتى تمتد إليها يد الإصلاح

7. أوجه الاختلاف بين التحقيق الصحفي والتغطية الأخبارية:

- التحقيق الصحفي عادة يتم على أساس أنه ينبغي أن ينتج عنه عمل ما أو تغييراً ما يجب أن يحدث بعكس التغطية الأخبارية التي تقوم بنقل الخبر بصرف النظر عن أي شيء.
- التحقيق الصحفي يشغل مساحة أكبر ويستغرق وقتاً أطول للأعداد وجمع المعلومات والكتابة بعكس التغطية الأخبارية التي لا تأخذ كل هذا الجهد.
- يتطلب التحقيق الصحفي في الغالب موارد مالية لأنه ذات أهمية أكبر من التغطيات الروتينية.

- يتطلب التحقيق الصحفي عادة معالجة خاصة تجعل مادته الصحفية جذابة بصفة خاصة كما يتطلب احياناً إصدار طبوعات خاصة وهذا لا يتوفر في التغطيات الاخبارية.
- يتم تزويد التحقيق الصحفي بالصور الجيدة والرسومات والرسوم البيانية والتخطيطية والخرائط والجداول وهذا لا يحدد في التغطيات الاخبارية.
- يكلف أفضل الصحفيين مهارة للقيام بكتابة التحقيق الصحفي لأن كتابته تتطلب مهارة صحفية عالية لصعوبته وربما لا تتطلب هذه الامكانية الصحفية في التغطيات الاخبارية.
- لا يمكن الشروع بكتابة التحقيق الصحفي الا بعد أخذ موافقات رسمية من اعلى هرم في المؤسسة الصحفية نوفقاً لمبدأ النقد أو الاستحسان بعكس التغطية الاخبارية، (أحمد موسى قريعي، ضمير الصحافة، مكتبة مذبولي، مصدر سابق، ص 50)

خامساً: مقدمات التحقيق الصحفي:

- توجد أكثر من عدة مقدمات للتحقيق الصحفي، وبإمكان المحرر أن يختار ما يناسبه منها عند اعداده تحقيقاً صحفياً لموضوع ما وهي كما يلي:
- المقدمة المختصرة: وتقوم بإيجاز التحقيق الصحفي كله وتفيد القاريء المستعجل الذي يريد معرفة خلاصة التحقيق.
- المقدمة المثير أو المتفجرة: وتميل الى إثارة انتباه القاريء بعرض فكرة غير عادية او غير متوقعة "مثيراً" لتهيء ذهن القاريء منذ البداية وتكسب عطفه ومشاركته قراءة التحقيق.
- المقدمة القصصية: وهي المقدمة التي تبدأ بقصة لجذب انتباه القاريء على ان تكون لهذه القصة علاقة وثيقة بموضوع التحقيق.
- المقدمة التساؤلية: وهي المقدمة التي تحاول إثارة العديد من الأسئلة ليتم تناول حلولها والأجابة عليها في صلب موضوع التحقيق وهذا النوع شائع الاستخدام.
- المقدمة الوصفية: وهي المقدمة التي تعتمد على الوصف وتستخدم فيها الفاظ توحى بصورة معينة لدى القاريء مثل وصف الانسان والمكان أو الطائفة وغير ذلك.

- المقدمة الساخرة: وتعني النقد اللاذع البناء ولا تعني الاستهزاء أو الشتمات، ويناسب هذا النوع من المقدمات بعض الظواهر الاجتماعية السيئة المتفشية في المجتمعات.
- المقدمة المقارنة: وتتناول لغرض كسب عطف القراء ويعقد فيها مقارنة أو مفارقة سريعة بين الشيء وضده أو بين فكرة وأخرى.
- مقدمة الحوار: وتتناول حوار بين شخصين أو شيئين لهما علاقة بموضوع التحقيق المطروح وهذا النوع ليس شائعاً، ولكنه جيد ومؤثر.
- مقدمة الاقتباس: ويتم فيها اقتباس رأي أو قول مأثور أو حكمة تكون لها علاقة بموضوع التحقيق وتمثل نقطة انطلاقاً جيدة للبدء فيه ويمكن للصحفي أن يستخدم أكثر من من مقدمة في الموضوع الواحد.

سادساً: عنوان التحقيق الصحفي:

للعنوان أهمية كبيرة في شد انتباه القراء، ومعروف بأن لدى الصحفيين طرق عدة في نسخ عنوان التحقيق، فمنهم من يضعه أولاً قبل صياغة التحقيق في صورته النهائية ومنهم من يرجيء صياغته إلى ما بعد الانتهاء من صياغة تحرير التحقيق الصحفي كتابياً.

شروط كتابة عنوان التحقيق الصحفي:

1. وضع العنوان الملائم في لطبيعة الموضوع والذي يعطي فكرة عن موضوع التحقيق
2. وضع العنوان الملائم لنوعية وشخصية ومستوى الصحيفة أو المجلة
3. وضع العنوان المرتبط بالهدف من التحقيق
4. صياغة العنوان بشكل واضح مختصر وجذاب

أهم أنواع العناوين المستخدمة في التحقيق الصحفي:

1. العنوان الدال: وهو عنوان ذو طابع إخباري ويدل على مضمون التحقيق، مثال ذلك "الكوارث والجرائم والفساد من مخلفات الحروب".
2. العنوان الانتقائي: ويقوم على أساس اختيار وانتقاء جانب معين يتميز بالجدية والاهمية ومثال ذلك "الانقلاب الذي منح الشعب حرية العيش من ظلم الدكتاتورية".

3. العنوان الايضاحي: وهو عنوان صريح يغطي معظم جوانب التحقيق بشكل عام ومختصر ومثاله "الافتقار الى صحفي ماهر للجريدة".
4. العنوان الوصفي: وهو العنوان الذي يكون عبارة عن اقتباس جملة أو عبارة هامة ومعبرة وردت في تصريح أو مقابلة مع احد المشتركين في التحقيق الصحفي ومثال ذلك "الازمة الاقتصادية العالمية هي السبب الرئيس في زيادة الاسعار".
5. العنوان الاستفهامي: وهو العنوان الذي يصاغ على شكل سؤال يجذب انتباه القارئ ويثير اهتمامه، وفي الوقت نفسه يطرح المشكلة ويشرك القارئ في حلها ومثاله "لماذا لا تنتج مؤسساتنا الصناعية سيارات بنوعيات متميزة" وطبعي مثل هذه العناوين ترد في التحقيقات الصحفية، لكنها محدودة جدا وغير مرغوب فيها كما ترد مع المقالات بشكل ربما اكثر من ذلك لكنها تحظر في التغطيات الاخبارية تماما.
6. العنوان الذي يتوجه الى القارئ ويخاطبه بشكل مباشر ومثال ذلك "انت مطالب بالنجاح في نهاية العام الدراسي"، (احمد موسى قريعي، مصدر سابق، ص 57-58).

سابعاً: مراحل بناء التحقيق الصحفي وتشمل ثلاث خطوات وهي:

1. اختيار فكرة التحقيق

الرأي القائل كل ما لا يثير اهتمام الجمهور لا يصلح ان يكون موضوعا للتحقيقات الصحفية رأيا موضوعيا ولا بد اتباعه كقاعدة اساسية من قبل كاتب التحقيقات، والقاعدة التي يجري من خلالها اختيار أفكار التحقيقات هي أن يكون الموضوع: جديدا - متجددا - قديما له صلة بواقع حاضر، ويبدأ التحقيق الصحفي بفكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها، ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيق يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة، ويحتاج من الصحفي أو يكون أكثر متابعة لما ينشر بالصحف اليومية لأن الاخبار هي المادة الفعلية التي منها يظهر الكثير من التحقيقات المتميزة، وكذلك يحتاج التخصص في الموضوعات فكاتب التحقيقات الاقتصادية يجب ان يحافظ على متابعاته في الجانب الاقتصادي وان لا يشتت افكاره بالجوانب الرياضية والاجتماعية الأخرى، والاجتماعات الدورية التي تعقدها الصحيفة لدراسة خططها في النشر اليومي من المواد الصحفية ومنها التحقيقات التي يحسب لها كثيرا من الاهمية عليك ان لا تحضر الاجتماع كمحضر

دون أن تكون لديك أفكاراً لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاتك، ولا تعتمد على رئيس قسمك أو زملائك إعطاءك الفكرة، وعليك قبل أن تطرح فكرة التحقيق، أن تدرسها جيداً وتتأكد من جدتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم تفعل ذلك، وعرضت فكرة سبق معالجتها، دل على أنك غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

2. جمع المادة الأولية للتحقيق

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خليفة معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك، ويمكنك الحصول على هذه المعلومات من جهتين.

أ. أرشيف المعلومات الصحفية.

ب. المكتبة.

3. تنفيذ التحقيق الصحفي

بداية كل شيء في هذه الخطوة أن يكون المحرر أو كاتب التحقيق الصحفي عارفاً بأصول وخطوات التحقيق الصحفي ولديه المام كامل بها ابتداء من وضع السيناريو، (فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟ الرياض 2010، ص 214) فالمطلوب هو الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، من خلال لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة، والمعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكنك الحصول عليها أيضاً من الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها وبعد تصبح لديك اجابات وافية على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، تبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم تشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، (جون اولمار التحقيق الصحفي اساليب وتقنيات متطورة، ترجمة ليلى زيدان، الدار الوطنية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 391) ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق وفي النهاية تضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيسي أو العناوين المساعدة أو العناوين الفرعية، ويمكن تلخيص ذلك بما يلي:

- أ. جمع المعلومات والآراء وتدقيقها.
- ب. تحليل ما تم جمعه من معلومات وتصنيف الآراء بهدف الوصول إلى النتائج أو الحلول المقترحة.

ثامناً: قوالب صياغة التحقيق الصحفي:

هناك ثلاثة قوالب فنية لكتابة التحقيق الصحفي، تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل، أي أن كل قالب لابد وأن يتكون من ثلاث أجزاء: وهي - المقدمة - الجسم - الخاتمة، وهذه القوالب هي:

1. قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي.

2. قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي.

3. قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي.

1. قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي، ويعتبر هذا القالب من أكثر القوالب شيوعاً، ويستند على طريقة طرح مجموعة من الأسئلة التي تثير اهتمام القارئ بالموضوع، ثم يقوم بعد ذلك بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في جسم التحقيق من خلال عرض المحرر للمعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها، وكذلك من خلال عرضه للمقابلات الصحفية التي أجراها مع الشخصيات التي ترتبط بالموضوع، ثم أيضاً من خلال البيانات والمعلومات التي جمعها عن الموضوع من أرشيف المعلومات في الصحيفة أو من المكتبة، ويكون بالصيغة الآتية:

- المقدمة: زاوية رئيسية - ملخص - للزوايا - أسئلة حول الموضوع.
- جسم التحقيق: وصف تفصيلي لجزء من الحدث ثم وصف تفصيلي للأجزاء الأخرى.
- الخاتمة: خلاصة الآراء والحلول والتصورات.

2. قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي: ويكون بالصيغة الآتية:

- مقدمة، هي بداية القصة.
- جسم التحقيق، يمثل عقدة الحدث.
- الخاتمة هي النهاية.

3. قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي:

- المقدمة، وهي وصف صورة عامة او وصف جزء من الحدث
- جسم التحقيق، وصف تفصيلي لجزء من الحدث، ثم وصف تفصيلي للأجزاء الأخرى.
- الخاتمة، وتكون وظيفتها الربط بين التفاصيل وانطباعات المحرر بحيث يأتي ذلك ممزوجا ما بين الآراء التي طرحت سابقا مع رأي المحرر، (فهد بن هيد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، مصدر سابق، ص 214).

تاسعا: خصائص فكرة التحقيق الصحفي:

من ابرز هذه الخصائص في اختيار موضوع التحقيق الصحفي هي:

- أن ترتبط بقضية جديدة أو فكرة جديدة أو تقدم رؤية جديدة لحادثة أو ظاهرة قديمة.
- أن تهم أكبر عدد ممكن من الجمهور.
- أن تكون قابلة للتنفيذ.
- أن تكون مقبولة لدى المجتمع دون اصطدامها بالقيم الاجتماعية (د.حمدي حسن أبو العينين، مصدر سابق، ص 74 - 75).

عاشرا: وصايا حول التحقيق الصحفي:

تبدو التحقيقات الاقتصادية شاقة وطويلة وخطيرة في بعض الأحيان، غير أن العديد من التحقيقات يمكن أن تتم بمنتهى السهولة والسرعة، خلال لقاء على الإنترنت نظمه مركز رينولدز بعنوان "التحقيقات الاقتصادية السريعة: من المفهوم إلى التنفيذ"، قدم مراسل التحقيقات في الأسوشيتد برس مات أبوزو نصائح سريعة للقيام بتحقيقات تصلح للمشاريع الجانبية أو القصص خلال مهل قصيرة.

يقدم أبوزو نصائحه السريعة مع تعويذة للصحفيين الاستقصائيين: "لا تقوموا بتغطية الأمور، ولكن قوموا بكشفها".

هذه بعض الملاحظات السريعة لشبكة الصحفيين الدوليين:

- خصص مقابلتك حول مسألة محددة: إن بدأت الأسئلة حول حدس أو شيء مريب فلن تصل إلى شيء.
- ابدأ بمسألة حاسمة ومدرسة واجعل التحقيق يدور حول الجواب، بدأت بيثاني ماكلين من مجلة فورتنشن تحقيقها بسؤال مباشر: "كيف تكسب شركة أنرون المال؟" وفتح الجواب الباب أمام قصة في غضون أسابيع قليلة بعنوان "هل هناك مبالغة بتقييم أنرون؟".
- تعرف على من تحاور: اطلع على التفاصيل الداخلية والخارجية قدر الإمكان.

حادي عشر: العوامل الرئيسية والمؤثرة في التحقيق الصحفي:

أنشأ تصوراً لنفسية الشخص الذي يستطيع الأجابة عن السؤال الرئيس في تحقيقك.

بعض المصادر تشمل المخبرين والمنافسين والموردين وأكبر العملاء والمديرين التنفيذيين المتقاعدين والمحللين.

عند التعامل مع المحللين، أسألهم كيف يعرفون ما يعرفونه، وليس ما الذي يعرفونه.

كن حذراً من مسؤولي العلاقات العامة: محثري العلاقات العامة ومدراء قطاع الاتصالات على دراية كبيرة بتفاصيل شركاتهم، لكنهم يتلقون رواتب لحمايتها في جميع الظروف.

حاول أن توثق علاقة جيدة معهم سيجعل عملك أسهل، لكن لا يمكنك الاعتماد عليهم كمصدر معقول، يستشهد أبوزو بكتاب بعنوان "أوقفوا الصحفيين" والذي يعلم خبراء العلاقات العامة استخدام "العاطفة الاستراتيجية" في لقاءاتهم لكسب القصة إلى صالحهم، إنهم محترفون بما يقومون به، لكن "لا يعول عليهم من أجل الحقيقة"، يضيف أبوزو، ابق المحادثات غير رسمية: بغض النظر عن مدى أهمية مصدرك:

حاول إجراء دردشة صريحة خارج مكان العمل.

ابذل المزيد من الجهد لكسب لقاء شخصي، في المقاهي والمطاعم أو حتى في المنزل.

لا يشتكي الموظفون من رؤسائهم أو شركتهم وهم في المكتب، ينفسون عن مشاكلهم خارج المكتب.

أن يكون الحوار على شكل دردشة غير رسمية.

اعرف كيف يسير يوم عملهم النموذجي.

لا تطلب منهم معلومات في غاية السرية، لكن مجرد محاولة التعرف على النظام.

لا تقلل من أهمية الوثائق: جميع المعلومات التي تمر عبر شركة ما تكون مكتوبة في مكان ما، معرفة الشخص الذي يحوز هذه المعلومات سيجعل من عملية طلب المعلومات بناء على قانون الوصول إلى المعلومات أسهل، حتى لو لم تكن تبحث عن شيء محدد بذاته، يمكن أن تسلط الوثائق الضوء على معلومات وحقائق أساسية.

هناك عدد قليل من الوثائق التي لا غنى من الإطلاع عليها مثل سجلات جماعات الضغط، والدعاوى القضائية، والعقود الحكومية وسجلات طلبات الوصول إلى المعلومات السابقة.

رؤية الطلبات ومعرفة من الذي طلب معلومات حول ماذا سيمكنك من معرفة اهتمامات وكالات الأنباء المنافسة.

(شبكة الصحفيين الدوليين IJNET).

المبحث الرابع: البرامج التلفزيونية:

أولاً: قواعد إعداد البرامج التلفزيونية:

بعد ما أطلقت في الفضاء عشرات الأقمار الصناعية التي تستقبل البث من المحطات الأرضية، ثم تعيد بثه لكل أرجاء العالم، ومن ثم يتم بث آلاف البرامج اليومية على مدى الأربع والعشرين ساعة دون قيد أو شرط أصبح التلفزيون وسيلة مرنة للاتصال البشري، وأداة مثالية لنشر المعلومات والتعبير عن الأفكار، والهدف الأساس من صانع الرسالة الاتصالية هو: بأي السبل يمكن التأثير على المشاهد لينتظر بفارغ الصبر موعد بث برنامج معين؟ وما هي الخطط المطلوبة لإعداد برنامج تلفزيوني ناجح، خصوصاً وأن خريطة البرامج تمثل ما نسبته 57% في أية محطة أرضية أو فضائية محلية أو أجنبية؟ أن كثرت البرامج التلفزيونية وتنوع أشكالها دفع إلى الحاجة الشديدة للكثير من المصنفين، ولكن: هل النجاح توقف على ما هو مكتوب على الورق فقط؟ ومن وجهة نظر حمدي عبد المقصود فإن النجاح يتحقق من خلال الإجابة على ستة تساؤلات متتالية يجب فهمها ودراستها بعناية على أسس علمية وهي: من الذي يقول؟ 2- ماذا يقول؟ 3- لمن يقول؟ 4- كيف يقول؟ 5 - متى يقول؟ 6- قياس رجوع الصدى أي (رد الفعل لما قيل)؟ لكن الكاتب اغفل المكان الذي وقع فيه الحدث، بمعنى أين قال؟.

معد البرنامج:

معد البرنامج، هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية، وفي كل أحوال يجب على الكاتب أن يبدأ التفكير في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، وعلى معد البرنامج أن يستوعب مقومات صياغة الرسالة الاتصالية بمفهومها التلفزيوني، وتوظيف كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد.

سمات معد البرنامج:

أن معد البرامج الناجح لا بد أن تتوفر فيه مواصفات خاصة للنجاح برسائله الاتصالية وهي:

1. التمكن من اللغة.
2. القدرة على الكتابة والتعبير عن الأفكار.
3. القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين.
4. الخبرة والمعرفة في المجال الذي يكتب فيه.
5. القدرة على التخيل والابتكار.
6. الالتزام بالمعايير الأخلاقية مثل الصدق والموضوعية.
7. الإلمام بالتشريعات الإعلامية.
8. المرونة والقدرة على مواجهة الازمات.
9. دراسة ومعرفة الخصائص المرتبطة بأساليب الاتصال، وسمات كل وسيلة ودورها، ودراسة سيكولوجية الجماهير.
10. أن يستوعب جيداً خصائص الصورة وقيمتها التعبيرية، وخصائص الكلمات ووظائفها اللغوية.

ثانياً: أنواع البرامج التلفزيونية:

1. البرنامج التلفزيوني الناجح:

مواصفات البرنامج التلفزيوني النموذجي هو الوقت الذي يستمتع فيه المشاهد ويندمج ويتركز تفكيره وقدراته التحليلية حيال الأفكار التي يطرحها البرنامج وهي وان كانت تحسب لرؤية المخرج لكنها تتركز بشكل أساس حول تقييم البرنامج بحد ذاته، ولأجل هذا لا بد من توفر سمات نجاح البرنامج وفق الآتي: الجودة... الطرافة... الجرأة في اختيار الموضوع وطرحه من خلال البرنامج الذي يختار له شكلاً من الأشكال التلفزيونية الملائمة لطرح هذه الفكرة وإعدادها إعداداً جيداً يتناسب مع الشكل المختار مع فقرات البرنامج المتنوعة، التي تناقش كل جوانب الموضوع بحياد وصدق وموضوعية، ولأن الرسالة الإعلامية تحتاج إلى طرفين (مرسل ومستقبل) فلا بد أن يلم المصمم بنوعية وحجم الجمهور الذي يستقبل ويشاهد برنامجاً ما، كذلك تركيبة هذا الجمهور ودرجة التجانس بين أفرادهم من حيث المتغيرات المختلفة مثل مستويات العمر والنمو والتعليم، والمدة الزمنية لتعرض أفراد هذا الجمهور لاستقبال وسيلة الاتصال بمعنى المشاهدة أو القراءة أو الاستماع للراديو، (حمدي عبد المقصود، فن أعداد البرامج التلفزيونية، ص 82)، أن المهمة المطلوبة عند معد البرامج في كيفية التعرف على رغبات الجمهور ونوعية البرامج التي يفضلها؟ تتطلب الدخول في عوالم هذا الجمهور من خلال اللجوء لاستطلاعات الرأي وبحوث المشاهدين، فالاهتمام بإجراء البحوث التجريبية على المشاهدين، هي أفضل سبيل لمعرفة ماهية البرامج المفضلة لدى الجمهور وهي ضرورة

حتمية لاستكمال سلسلة الاتصال الناجح، حيث إن نتائج هذه البحوث تعد ضرورة قصوى بالنسبة لمعد البرامج، ويلى ذلك واضعوا خريطة البرامج والمسؤولين عن التنسيق، للتعرف على أفضل المواعيد المناسبة للجمهور، لإذاعة الفقرات المختلفة من البرامج، (حمدي عبد المقصود، مصدر سابق، ص 43).

ثالثا: الأشكال البرمجية المميزة:

يحدد الكاتب الأشكال البرمجية المميزة بثمانية أشكال هي:

- الحديث المباشر.
- شكل المقابلة أو المقابلات.
- شكل المائدة المستديرة.
- شكل الترفيه والمسابقات.
- شكل المجلة التلفزيونية.
- شكل التحقيق التلفزيوني وأنواعه الثلاثة.
- شكل البرنامج الخاص.
- شكل الفيلم الوثائقي.

إن النصوص التي يكتبها معد البرامج لهذه الأشكال السابقة تقسم إلى نوعين وهما:

1. النصوص غير المكتملة: وهو أحد الأشكال البرمجية التي تكتب فيها النصوص قبل بداية التصوير حيث لا يعرف المعد مسبقا ماهية الإجابات التي سيدلي بها الضيوف في هذه البرامج.
2. البرنامج الخاص والفيلم التسجيلي: وهو أحد الأشكال البرمجية التي تكون فيها النصوص شبه كاملة منذ البداية، أن البرامج الحوارية المقابلات والفقرات الكلامية في البرامج ثقل الحركة فيها، لذا على معد البرامج أن يقود مشاعر المتفرجين، ويختار بعض المواد المصورة من مواد مسجلة، وصورا معبرة مرتبطة بموضوع البرنامج وذلك لإضفاء الحيوية والحركة وإخراج البرنامج من ركوده، كذلك فإن اختيار ضيوف البرنامج وارتباطهم بموضوعه عنصر في غاية الأهمية سواء أكان من السياسيين أم العلماء أم الصحافيين أم علماء الدين أم الكتاب المتميزين وكلهم يعتبرون من أصحاب الفكر والمعلومات، وأن تكون شخصية المتحدث جذابة، فالاسم مثلا ضمان أكيد وكاف لمتابعة الجمهور له، ويجب أن يملك الشخص المتحدث القدرة على

الحديث من القلب إلى القلب... كما أن الارتجال الحي لا يعتمد فقط على براعة الشخص ومستواه الثقافي، إنما يعتمد على أسلوب الاتصال مع الناس والذي يطلق عليه هبة الألفة، وهي الصفة الثانية بعد التألق... ودور المعد في هذه البرامج يقتصر على تحديد عنوان الموضوع والنقاط الأساسية فيه بالاتفاق مع المتحدث، وتحديد المساحة الزمنية المطلوبة للتحدث، مع التنبيه المشدد على عدم استخدام أي أوراق أو مساعدات أثناء الحديث.

1. الإعداد للمقابلات:

تحتاج المقابلة إلى تخطيط مسبق من المعد ودراسة جادة ومعرفة أكيدة بالموضوع المطلوب تناوله، ومدى ارتباط الضيف بهذا الموضوع وسيرته الشخصية واهتماماته، لذلك فإن التخصص في إعداد البرامج أصبح واقعاً ملموساً، ومن سمات النجاح في المقابلة أن يكون معد البرنامج هو المذيع والمقدم في الوقت نفسه، وذلك لسرعة رد الفعل أثناء الحلقة خصوصاً بشأن المعلومات أما في حالة وجود شخصين، معد برامج ومذيع فيجب أن يكون المذيع على درجة كفاءة المعد من حيث الاطلاع على الموضوع وتوفر الخصائص نفسها المتوافرة في المعد، لأنه الذي يواجه الضيف مباشرة ويتعامل معه، وتأتي مقدمة نص المقابلة بهدف تهيئة الجمهور ووضعه في جو البرنامج، وإثارة الاهتمام المباشر وحاسة التشويق لديه، ذلك أن المقابلة في جوهرها الحقيقي عبارة عن أسئلة توجه للضيف والغرض منها الحصول على المعلومات وعلى معد البرنامج أن يضع ذلك في اعتباره أثناء صياغة النص وبناء الأسئلة وترتيبها لتوجيه مسار المقابلة، بحيث لا يجعلها تسير سيراً ذاتياً، والقاعدة الأساسية التي تحكم صياغة الأسئلة هي: أن يوضع كل سؤال بطريقة تضمن إجابة واضحة ومحددة من المتحدث وأن تفود الضيف إلى الاتجاه المطلوب، (عبد المقصود، مصدر سابق، ص 5).

2. المؤتمر الصحفي:

عادة ما تخصص المؤتمرات الصحفية لقضايا ومسائل فورية حدثت ولها أهمية خاصة، وهي تجتذب عدداً كبيراً من المشاهدين لأهميتها باعتبارها تقوم على السمة المميزة للقنوات التلفزيونية كوسيلة إعلام وهي سمة البث المباشر والحي، ومع انتشار المقابلات والمؤتمرات الصحفية احتاج الأمر إلى التخصص المهني... مثل التخصص العلمي أو الرياضي... أو السياسي أو الثقافي، ما شكل سبباً وجيهاً لظهور المعد الذي يقوم بتقديم المقابلة أو المؤتمر الصحفي والمشاركة فيه، وهو ما يطلق عليه أحياناً: المذيع المحاور لذا

فقد تقدم عدد كبير من الصحفيين لممارسة هذه المهنة، عندما اكتشفوا في أنفسهم الاستعداد الجيد للإعداد والتقديم وإدارة المقابلة، (عبد المقصود، ص 16).

3. ترفيه ومسابقات:

تعتمد هذه النوعية من البرامج على المعلنين الذين يقومون بالتالي:

تجهيز الفقرات الفنية الخاصة بالأسئلة - الأغنيات - قطع موسيقية، ويكتب المعلن جمل الربط وتقديم الفقرات، وهذا النوع من البرامج يعتمد على المقدم وروحه المرححة، وقدرته على التحدث وسط الناس والتألف معهم واكتساب ثقتهم، الذي ينتهز الفرصة المناسبة لتقديم الفقرة الرئيسة للبرنامج (الحلقة) بعد التفاف الجمهور حوله، وهذا كله لا يمكن إعداده مسبقاً أو التكهّن به، فالتحقيق التلفزيوني المسجل هو برنامج تلفزيوني مسجل بالصوت والصورة يتناول موضوعاً أو مشكلة مهمة مكانية أو زمنية أو عن شخصية متميزة أو موضوع طريف ويشغل هذا الموضوع قطاعات عريضة من المجتمع ويرتبط بحياتهم، هذه التحقيقات، تحتاج من المعلن إلى ذكاء في الالتقاط والتناول خصوصاً في تحقيق المواد أو المواقف الطريفة التي تهتم بكل ما هو جديد وغريب وخارق للعادة، وذلك سواء أكان بهدف التسلية أم الترفيه، أم استطلاع رأي الجماهير في قضية أو مشكلة تؤثر على حياتهم في الحاضر أو المستقبل، كذلك لتوسيع المدارك والمعارف للمشاهدين، إن النجاح المتحقق من هذه الفقرة التلفزيونية هي بداية قدرة المقدم وأسلوبه السلس والطريف والتي بدورها ستؤدي إلى شد انتباه المشاهدين وتعلقهم بالشاشة خلال وقت الحلقة (عبد المقصود، ص 66).

رابعاً: أنواع البرامج التلفزيونية حسب التصنيف المهني:

توجد عدة أنواع للبرامج التلفزيونية حسب تصنيفها المهني وهي على النحو الآتي:

1. البرامج الدينية.
2. البرامج الطبية.
3. البرامج الرياضية.
4. البرامج السياسية.
5. البرامج القانونية.
6. البرامج الثقافية.
7. برامج المسابقات.
8. برامج الأطفال.

9. برامج الأسرة.
10. برامج المكياج والتجميل.
11. برامج المطبخ.
12. برامج المرأة.
13. برامج المساعدات الخيرية.
14. البرامج المتنوعة (أحمد السيد كردي، مهارات اعداد المقابلات التلفزيونية، موقع السيد كـرـدي، للمزيد ينظر الرابط الآتي
(http://kenanaonline.com/ahmedkordy).

أهاليب التحرير الجديدة في الصحافة الالكترونية

أساليب التحرير الجديدة في الصحافة الإلكترونية

البحث الأول

التغيرات في المفهوم والبيئة الصحفية الجديدة

من اللافت للنظر أن الصحافة الإلكترونية عقب انطلاقها فرضت وجودها على الساحة الإعلامية العربية بل وأصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات والأخبار بلا منافس، واستطاعت أن تحقق ثمواً مطرداً على الساحة وتجذب شرائح متنوعة من الجمهور، الذي ارتبط بها مباشرة وذلك بعدما تحول المستخدم العادي إلى صانع ومحرك لهذا التقدم، ولأول مرة يستطيع القارئ التأثير في الوسيلة الإعلامية والتأثر بها في ذات الوقت أي باتجاهين، لتقلب نظريات الإعلام التقليدية رأساً على عقب عندما يتحول المرسل إلى متلقي والعكس، وفي وقت قصير أصبح للصحافة الإلكترونية أهمية بالغة في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي شتى نواحي الحياة، وظهرت الصحافة الإلكترونية لأول مرة في منتصف تسعينيات القرن الماضي لتحديث نقلة نوعية في المشهد الإعلامي وتشكل ظاهرة إعلامية جديدة ترتبط بعصر- تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتحديث انفتاحها إعلامياً واتصالياً مذهلاً على الصعيد الدولي، وفي ضوء التحول الاتصالي المستفيد من ظهور تكنولوجيا الإعلام أصبح بمقدور الإنسان الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع وفي فضاءات ومساحات بعيدة، وبذلك اتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية بسهولة، وشكلت منتديات الحوار بداية بروز نشاط الصحافة الإلكترونية لتتسع العملية إلى تكوين مواقع تحوي أعداداً غير محدودة من المقالات والموضوعات والأفكار التي يسطرها الإنسان، وبرزت مسألة سهولة التعاطي مع آليات عمل الصحافة الإلكترونية باللجوء إلى عملية تحميل البرامج مجانية بكل بساطة كما هو حال المنتديات الحوارية حيث تتم عملية التخزين في موقعك ليكون جاذباً ومثيراً لاهتمام أكبر عدد من المتابعين والقراء بالاطلاع على الموضوعات الحرة المتنوعة الأفكار والرؤى، وربما كانت تجربة المنتديات الحوارية التجربة الأولى للانفتاح الحر للأشخاص عبر الصحافة الإلكترونية التي فرضت خطأً اتصالياً جديداً من خلال تكوين مجموعات من المتابعين والقراء لتبادل الآراء، وكان غياب الرقابة من أهم الأمور التي شجعت على التبادل المعلوماتي الحر، ولاحظنا أن البعض يسمي هذا التحول الاتصالي نحو البيئة الإلكترونية عبر جهاز الحاسوب بالثورة المعلوماتية أو الثورة الاتصالية، لكن واقع الحال هو يؤكد أننا سواء قلنا هذا المصطلح أو ذاك فإن الجوهر يبقى واحداً، وهو مزج تكنولوجيا المعلومات مع تكنولوجيا الاتصال بمنظومة واحدة تحت قيادة جهاز الحاسوب،⁽¹⁾ عماد بشير، تعزيز المحتوى

الرقمي العربي على الانترنت، مجلة المعلوماتية، قرأ الموضوع في 15 كانون أول، 2013، للمزيد رجع الرابط الاتي www.informatics.gov.sa/magazin.

أولاً: تعريف الصحافة الالكترونية:

ليس من السهولة اعطاء تعريف شامل للصحافة الالكترونية، وقد حظي هذا الوسيط الإعلامي الجديد بمزيد من الاهتمام من قبل خبراء وأساتذة الأعلام والصحافة بغية إيجاد تعريف ينطبق وطبيعة العمل المهني عبر الآلة التكنولوجية، فاختلقت الآراء بين المهتمين وتعددت تعريفاتهم بسبب الجنس الإعلامي بين أنماط الصحافة الالكترونية وكذلك الصفات والوظائف التي تؤديها، وفقاً لأبعاد توظيفها للحاسبات وكذلك درجة الاستفادة من التقنيات المتطورة في مجال تقنيات الاتصال والمعلومات مثل الأقمار الصناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية والشبكة العنكبوتية والاتصالات الرقمية والوسائط المتعددة وأنظمة الورق والحبر الالكتروني وتقنيات التصوير الفوتوغرافي الدقيقة والصغيرة الحجم، وبهذا فإن تعريف الصحافة الالكترونية يمكن أن يشمل أشكالاً متعددة من النشر الصحفي الذي ينطلق من النشر المطبوع من خلال الحاسبات الالكترونية حتى الصحيفة الالكترونية اللاورقية، ومع شيوع الصحافة الالكترونية بشكل واسع في نهاية القرن العشرين وظهور نظريات ومفاهيم عدة عن الصحافة الالكترونية، وعقب ظهور صحافة الكترونية وقنوات تلفزيونية ومواقع أخبارية عدة كان في مقدمتها النسخة الالكترونية لصحيفة شيكاغو تريبيون في مايو/ أيار 1992، وعلى صعيد الصحافة العربية أعلنت صحيفة الشرق الأوسط يوم 6 سبتمبر/ أيلول 1995 عن توفر موادها الصحفية اليومية إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الإنترنت، تلتها صحيفة النهار التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من الأول من فبراير/ شباط 1996، ثم صحيفتا الحياة والسفير في العام نفسه، دفع بالكثير من الخبراء والباحثين في الحقل الإعلامي إلى دراسة هذه الظاهرة الجديدة ومحاولة إيجاد أطر مهنية وتعريفات علمية لها، فالبعض أعطى تعريفاً للإعلام الالكتروني بأنه عبارة "عن نمط جديد من الإعلام يشترك مع الأعلام التقليدي في المفهوم والأهداف والمبادئ العامة، واختلافه عنه بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاتصال الحديثة تتمثل في الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بغية إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر وهو يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت التي تتيح للأعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة بحثه، وحسب تعريف أبو عيشة للصحافة الالكترونية بأنها "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني - الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى - تستخدم فيه فتون واليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو

وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآتية وغير الآتية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة،⁽²⁾ د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، 2010، ص 98-99، فيما يعطي الباحث تعريفا للصحافة الإلكترونية بأنها "نمط جديد من الإعلام الذي يمتلك مهارات وآليات عمل تستند على تقنيات فنية تتيح سرعة نشر وانتقال المعلومات والبيانات بين المستخدمين".

ثانياً: جوانب الاستفادة من التطور التكنولوجي في الصحافة:

عندما تنامي التطور التكنولوجي في تسعينيات القرن الماضي وظف في مجال الصحافة، ما أدى إلى ظهور الصحافة الإلكترونية ومن جوانب الاستفادة منها ما يلي:

1. وظيفة الإنتاج أي جمع المادة الصحفية الإلكترونية عن طريق الكمبيوتر - الإنترنت - الأقمار الصناعية - التصوير الإلكتروني.
2. معالجة المعلومات الصحفية رقمياً ومن وسائلها الكمبيوتر والنشر الإلكتروني.
3. وظيفة تخزين واسترجاع المعلومات الصحفية عبر الميكروفيلم والميكروفيش والأقراص المدمجة كما بالبنوك.
4. تمكن المحرر الصحفي ادخال الصور الى الصحيفة بالشكل الذي يتناسب مع موضوعها ومع شكل الصحيفة.
5. ساعد الحاسوب في عملية الطباعة، وذلك بالخروج من الطباعة الساخنة المتمثلة بالرصاص إلى الطباعة الباردة المتمثلة بالورق المصور.
6. ساعد الحاسوب المحرر الصحفي في عمل التصميمات والرسوم البيانية والخرائط التي تساعد في توضيح المادة المكتوبة، (د. وليد حسن الحديثي، فن الاقتناع.. اللغة والحوار، دمشق، دار ضفاف للطباعة والنشر، 2012، ص 21).
7. عملية نقل الصحيفة وتبادلها ونشرها عن طريق الوسيط الورقي أو وسائط أخرى بديلة.

ما أدى إلى:

1. توفير الوقت والكميات المناسبة من النسخ وسرعة توصيل الأخبار لأي مكان.
2. تزايد الفائدة الصحفية من الإنترنت لكونه أصبح أحد مصادر التغطية الأخبارية من خلال المواقع الاخبارية للجرائد والمجلات العربية والعالمية،⁽³⁾ ويكيبيديا، الموسوعة

الحرية، تم استقاء المعلومات في 30 كانون الثاني 2013، للمزيد متابعة الرابط الآتي،
(http://ar.wikipedia.org/wiki).

وقد أحدثت تقنية الحاسوب تغييرين أساسيين في مجال الانتاج الصحفي وهما:

1. زيادة التركيز على الآلة، وهو ما أدى إلى تقليل فرص الخطأ البشري.
2. جعل المنتج الصحفي محل ثقة واعتماد القراء بدءاً من إزالة مخاوف تأخر صدور الصحيفة عن موعدها، وانتهاء بالدقة والنظام والسرعة التي أحدثتها التكنولوجيا في المنتج الصحفي، (د. وليد حسن الحديثي، فن الاقناع.. اللغة والحوار، مصدر سابق، ص 21).

ثالثاً: مداخل التعامل مع الصحافة الإلكترونية:

إن الصحافة الإلكترونية مع بداية انطلاقها مع باقي وسائل الاتصال الأخرى لم تتخذ شكلاً واحداً لغرض التعامل معها من زاوية أو مدخل واحد، بل شكلت ولادتها ظاهرة تمثل ثمرة طبيعية لبيئة الانترنت الغنية التي تميزت بتعدد أطرافها المختلفة وآلياتها الجديدة ذات المرونة العالية التي تعكس صورة التفاعلية والانتشار السريع لها مع المجتمع، وبحسب الطبيعة الفنية والمهنية والآليات التي تعمل بها الصحافة الإلكترونية فأنها تعكس كونها بناء متكامل يتميز بتعدد مداخله المختلفة عن بعضها من حيث المساحة والأهمية والحجم لكنها مترابطة مع بعضها لتشكل صورة متكاملة عن هذا البناء لكنه مرتبط بالآخرين بقوة، وعملياً هناك أحد عشر مدخلاً يمكن السير فيها عند تناول ظاهرة الصحافة الإلكترونية وهي:

1- مسار عمل الصحافة الإلكترونية:

على الرغم من أن المداخل والأوجه المتنوعة للصحافة الإلكترونية تحمل قدراً واضحاً من الاختلافات في التوجه والانتماء، فهي جميعاً تشكل ظاهرة واحدة يفترض أن تسير وفق مسار أو منهج واحد تقريباً في العمل، بغض النظر عما إذا كان من يقوم بهذا النشاط مؤسسات ودور صحفية ومحررون محترفون أو منظمات غير صحفية أو صحفيون هواة أو خلافة، وذلك لأنه مسار نابع من طبيعة الإنترنت كشبكة معلومات إلكترونية، وما تتيحه هذه الشبكة من إمكانيات وأدوات غير مسبقة في ممارسة العمل الصحفي، وما تفرزه أيضاً من تحديات.

2- الأذرع الإلكترونية لوسائل الإعلام:

عندما دخلت الانترنت كوسيلة للإعلام والحصول على المعلومات والتصري عن كل ما هو جديد من الأحداث، فأن الصحف والمجلات بدأت بإنشاء مواقع الكترونية على الشبكة الالكترونية لأصدار صفحاتها والتواصل مع قرائها والتخلص من عقدة المنافسة التي ولدتها المنافسة الناجمة عن استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وبإلطف ان سحب ذلك على كافة الوسائل الإعلامية الأخرى من مرئية وسمعية مثل الاذاعات والفضائيات، ويطبع على هذا المدخل جانب المنافسة في التصميم والتبويب وعملية التواصل في تغذية الموقع بالمعلومات المتسارعة تدريجياً، وما يزال موضوع خدمات المعلومات في الصحافة العربية الالكترونية متأخراً وغير كاف.

3. الصحف الإلكترونية:

عندما دخلت الانترنت في الخدمة أوجدت شركة كوم خدمة لكي تعمل بعيدا عن أي نشاط مادي ملموس، كان ذلك في نهاية تسعينيات القرن الماضي، فوجدت شركات عديدة من هذا النوع اختصت بجوانب تجارية وسياحية وأعلانية والفكر والعلوم بالإضافة إلى الصحافة والإعلام، حتى توسعت الحالة لتتوفر شركات للصحافة والأعلام تطرح نفسها عبر الانترنت وسميت باسم بوابات الانترنت الصحفية، مهمتها تقديم الخدمات الاخبارية والمعلوماتية في مختلف مجالات الفنون الصحفية وما تزال تعمل لكن أصبح عملها بوضعية أفضل أداء وخدمات أوسع للمستخدمين حتى باتت تتنافس في مجالات التصميم والتبويب والخدمات التي أبرزها هي السرعة والدقة والتوضيح، والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يعملها القائمون عليه، وهذا المدخل أطلق عليه تسمية "بوابات صحفية بلا صحف ورقية".

4. الصحف الإلكترونية التليفزيونية:

وهذا المدخل الذي يطلق عليه بـ "قنوات المعلومات" اذ شكلت عملية نقل المعلومات عبر التلفزيون أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة لكونها أخذت تقدم خدمات لا يمكن التغاضي عنها لكونها تقدم للناس خدمات الصحافة المكتوبة من خلال الشاشة التليفزيونية، باعتماد مختلف الفنون الصحفية من أخبار وتقارير وتحليلات ومقالات وتدخل فيها مختلف المهارات والأمكانات المهنية والصياغات التحريرية العصرية للوصول للناس بأفضل خدمة إعلامية تقدم خدماتها المعلوماتية، لكن ما يعطيها الامتياز انها تعتمد السرعة والتركيز في العرض فضلاً عن ميزة أساسية تتجسد في الانتشار لأبعد

المسافات ولمختلف المجتمعات يتجاوز المسافات التي وصلتها صحف مطبوعة صدرت قبل مئات السنين وكذلك صحف الإلكترونية وذلك لكونها تمتاز بالبث عبر شاشة التلفاز.

5. الأذرع الإلكترونية الصحفية للجهات غير الإعلامية:

وهذا المدخل الذي تمثله - الجماعات - الأحزاب - المنظمات - الدول - أصبح في عصرنا الحالي أحد سمات الصحافة الإلكترونية، حيث ان توفر خدمة الانترنت دفع هذه الجهات الأنفة الذكر لأن تدخل بزخم قوي وتقوم بنشر- نشاطاتها من أخبار وتقارير وتحليلات ومقالات بالطرق المصورة أو من خلال لقطات فيديو وتسجيلات حية وتعطي مجالاً للناقش واثراء الحوار وأصبحت بمثابة المؤسسات المعلوماتية لأنها أخذت تنتشر على الجمهور بنشاطاتها وفعالياتها، وهذه أصبحت ظاهرة جديدة تحاول الأحزاب والحكومات تشغل القارئ أو المشاهد، مستفيدة من هذه الميزة الإلكترونية العصرية اذ ان شاشة واحدة تعوضك عن كل الوسائل الإعلامية القديمة وتوفر عليك الكثير من النفقات المالية والجهد اذن نحن أمام مظهر جديد للصحافة الإلكترونية يجمع ما بين السياسة والأمن والاقتصاد والعلوم الأخرى بالصحافة، وليس هنالك من صعوبة تواجهها بخصوص عقبات حدودية، وبحكم هذه القدرة الهائلة لها فان كل العقبات تتلاشى سواء كانت حدودية أو غيرها تحول ما بين مصدر المعلومة وجهة البث والنقل.

6. البنية الإلكترونية الداخلية للصحف التقليدية:

ان هذه الخاصية التي يطلق عليها تسمية "مهارات وأدوات الصحفي والصحيفة" هي التي تلخص الموضوع بأن الصحافة التقليدية المطبوعة على سبيل المثال دخلت لها التقنية الإلكترونية، فالصحيفة الورقية يتم إدخالها في المكننة الإلكترونية لإجراء التصميم وإدخال المعلومات وتوزيعها حسب الصفحات وإدراجها في تبويب في شكل الكتروني ورقمي بالكامل يستوعب الصحيفة كاملة ثم يتم إرسالها إلى المطبعة ليتم سحبها بصيغتها الورقية النهائية، وبالتالي فإنها بهذه الصيغة الجديدة حملت جزءاً من ملامح الصحافة الإلكترونية بالاستفادة من الحاسب الإلكتروني ((ComputerAssisted CAR Reporting)) لإنتاج الصحافة التقليدية.

7. صحافة الهواة الإلكترونية المستقلة:

مثلاً كانت الإنترنت وسيلة أتاحت للمنظمات والهيئات غير الإعلامية ممارسة النشاط الصحفي، فعلت الشبكة الشيء نفسه بالنسبة للأفراد والهواة، وأصبح بمقدور أي شخص سواء كان صحفياً أم لا أن ينشئ موقعاً صحفياً ويقدم من خلاله التقارير والأخبار

والمعلومات والمقابلات الصحفية وبث لقطات بالصوت والصورة من مواقع الأحداث، والأمر نفسه بالنسبة لأي مجموعة من مستخدمي الشبكة الذين يتشاركون في الاهتمامات والأهداف والتخصصات، وتعرف الصحافة الإلكترونية للهواة باسم ظاهرة (البلوجرن)، وهي كلمة مأخوذة من الكلمة الإنجليزية Weblog، وتعني (الدخول على موقع)، وجرى اختصارها في الاستخدام اليومي على الشبكة إلى Blog، وظهرت على استحياء خلال السنوات الأخيرة، لكنها نشطت وأصبحت ملحوظة على الشبكة عقب أحداث 11 سبتمبر بالولايات المتحدة، ثم تعاضت خلال غزو العراق.

8. اقتصاديات الصحافة الإلكترونية:

أن هذا المدخل فرض نفسه على المشهد الإعلامي من زاوية اقتصادية، إذ أن مزاوله العمل الصحفي الإلكتروني يعد مشروعاً اقتصادياً يخضع لمعايير اقتصادية كما هو حال بقية المشروعات الأخرى، وهذا النوع الإلكتروني يمثل مدخلاً من مداخل التعامل مع ظاهرة الصحافة الإلكترونية، خاصة عندما يكون الأمر ذات علاقة مباشرة بالأهداف الإعلامية.

9. الصحافة الإلكترونية بديلاً عن المطبوعة:

أكثر ما يواجه الصحافة المطبوعة اليوم منافسة هي الصحافة الإلكترونية التي تحاول سلب كل حقوقها ويبدو إن الموضوع لم يعد بحاجة إلى تحليل وتأويل أبداً لأن الصورة أصبحت واضحة، وكما نلاحظ عند الكثير من الدول الغربية التي تمتاز بأنها رائدة في عالم الصحافة المطبوعة استغنت عنها مؤخراً رغم مرور حوالي 300 سنة أو أكثر على الصدور لتحل محلها النسخة الإلكترونية سيما وأن الخدمة الإلكترونية توفرت في أجهزة الموبايل المحمول وقنوات الكابل والتلفزيون وغيرها، وفي منطقتنا العربية يتفق الكثيرون بأن حوالي 25 سنة قادمة سيتلاشى دور الصحيفة المطبوعة وقد يكون الأمر مرتبطاً بالقراء من هم بأعمار كبيرة أو الذين يعدون من الأميين في عالم التكنولوجيا وأمور أخرى تتعلق بتوفر خدمة الإنترنت والمعلومة في كل مجالات عدة.

10. حرية التعبير في عصر الصحافة الإلكترونية:

لو عدنا مجدداً للنظر إلى بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت كفضاء إلكتروني غير محدود بقيود صارمة أو قابلة للتحكم فيها كما هو الحال في بيئة عمل الصحافة المطبوعة، سنلاحظ على الفور أن الصحافة الإلكترونية قد فمحت عصرها جديداً فيما يتعلق بحرية التعبير، وقدمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحدده قيود أو حدود أو

رقابة، الأمر الذي أوجد مدخلا مستقلا يمكن أن نطل من خلاله على جزء من ظاهرة الصحافة الإلكترونية، وفي هذا الصدد تضعنا ظاهرة الصحافة الإلكترونية أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر والرأي الآخر بمنتهى السهولة واليسر ويقفز فوق حواجز تكميم الأفواه وإخفاء الحقائق وكنم الرأي في الصدور.

11- أخلاقيات الصحافة الإلكترونية:

من أبرز المعضلات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية اليوم إنها ما تزال في محل شك وتخوف من قرائها بسبب غياب المهنية اللازمة لدى الكثير من الصحفيين الهواة والخاصين أو الذين يطلق عليهم بالصحفيين الشعبيين، حيث إن الخبر أول شيء يلزمه توفر المصدر الحقيقي والدقة عند نقل المعلومة فضلا عن المهنية اللازمة في الصياغة الاخبارية وحتى لو كانت هذه الأخيرة مفقودة جزئياً فأن المصداقية هي أهم العوامل التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية، فكثيرا من الصحفيين الإلكترونيين ينقلون معلومات لأحداث من دون مصدر وبعضهم يعطي مصدراً غير حقيقي وهذه تندرج ضمن غياب اخلاقيات المهنة الصحفية، ناهيك عن قضية خطيرة استشرت كثيرا وهي السطو على مواد النشر والتأليف وسرقة مواد منشورة سواء مؤلفات أو أبحاث أو كتابات أو حتى أخبار وتقارير ومقالات وآراء وتسجيلها بأسماء أخرى وهذا الأمر دفع الكثيرين إلى إيجاد آليات عمل قانونية لردع المتجاوزين والمتطفلين كما هي قوانين النشر والتأليف التي ما تزال سائدة،⁽⁴⁾ د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، عمان، دار أسامة، مصدر سابق، ص 119-124.

رابعا: سمات الصحافة الإلكترونية:

أن اختلافات كبيرة بين بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها في الصحافة التقليدية، لكن هنالك أيضا أوجه تقارب وتشابه بين الجانبين لا يمكن تجاوزه وهي كما يلي:

1. تعدد الوسائط:

من ميزة الاعلام التقليدي تقديم المضمون مثل الصوت في الراديو والصورة في التلفزيون والنص في الصحافة المطبوعة، فأن ميزة الصحافة الإلكترونية تقديم هذه النصوص الثلاث معا بشكل مترابط وبانسجام تام لأن الصحافة الإلكترونية تتعامل مع المضمون المخزن رقمياً، ومن سماته جمع وتخزين وبث جميع اشكال المعلومات بعدها ذات طبيعة واحدة سواء كانت صوتا أو صورة أو نصاً مكتوباً، وهذه تتطلب صناعة

صحفي متكامل الرؤية في صهر كل هذه المواد والتعامل معها بطريقة مهنية بغية وصولها للمستخدمين.

2. التفاعل والمشاركة:

حسب طبيعة العمل الصحفي التقليدي فإن التفاعل يحصل ما بين القارئ والموضوع الذي يستهويه في الجريدة المطبوعة بعد ترك العديد من الصفحات، وفي التلفزيون يكون المتلقي بوضع ساهي حيال ما يطرح عليه دون أية مشاركة أو أي اختيار من طرفه لموضوع ما، لكن الصحافة الالكترونية تتيح سهولة التفاعل مع المتلقي، ويكون بإمكان المستخدم التفاعل وتوجيه الاسئلة وطرح الاراء أو صياغة الخبر حسب رغبته بالتفاعل مع المصدر المعلوماتي أو مع الصحفي المحرر نفسه.

3. التمكين:

إن الجمهور في الصحافة المطبوعة يقرأ النص المكتوب فقط في الجريدة أما الصحافة الالكترونية فأنها تقبل بفكرة تمكين المستخدم أو القارئ من سيطرته على الموضوعات المنشورة والاختيار ما بين الصوت والصورة والنص المرافق للمحتوى الصحفي لأن المستخدم في الصحافة الالكترونية أمامه عدة موضوعات من تقارير واخبار عدة نشرت عن الموضوع موجودة حسب الرابط أو روابط أخرى ذات علاقة، بعكس المطبوعة التي لا يوجد أمام القارئ سوى الموضوع المنشور.

4. الخدمات المضافة القائمة على السرعة:

صيغة العمل المهني للصحيفة المطبوعة تعتمد الوقت البطيء ودون تفاعل أي أو قريب من ذلك حيث أنها تطبع لتقدم خبر على ورق أمام الجمهور، وكل ما تقدمه من خدمة للناس فعليهم الانتظار لليوم التالي لصدر الصحيفة أو الاتصال بإدارة الصحيفة، في حين تقدم الصحافة الالكترونية خدمات عدة للمستخدمين انطلاقاً من صيغتها التفاعلية حيث تقدم سلسلة من الخدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية، فالصحيفة الالكترونية بإمكانها أن تلعب دور حلقة الاتصال اللحظية أو الآنية بين مستخدميها من خلال حلقات النقاش والحوارات في غرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد، وهذه المزايا تعطي للصحافة الالكترونية القدرة على معرفة تفاصيل ومصادقية الوقائع المنقولة في الخبر والتقرير الصحفي بشكل فوري عن طريق تعدد المصادر الموجودة في الموقع، كما يعطيها فرصة تحديث المعلومات بشكل مستمر وتغذية المستخدمين بمعلومات جديدة عن الموضوع حتى يحصل التحقق النهائي عن الأحداث الحاصلة.

5. الشخصية:

في الصحافة التقليدية ليس بإمكان الصحيفة المطبوعة أن تكون مطروحة بشكل مفصل وفق ما يريد القارئ، لأنها تتميز بالجمود بعد طبعها وتقديمها للقراء، بيد أن بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية تتميز بالمرونة التي من شأنها تجعل كل زائر للموقع الإلكتروني أن يحدد لنفسه ما يريد أن يرى به شكل الموقع، وينظر ويتابع أبواب الموقع والمواد الأخبارية المنشورة فيه، ولديه القدرة أيضا في حجب ما لا يرغب به من المواقع والأبواب ويختار بعض الخدمات ويلغي الأخرى منها وفق ما يشاء، على أية حال فإن المتابع للصحافة الإلكترونية بإمكانه أن يتلقى ويشاهد ويتابع حسب رغباته وليس ما يقوم الموقع بنشره.

6. الحدود المفتوحة:

من خاصية الصحافة المطبوعة أنها محدودة المساحات وربما تشكل واحدة من العقبات التي تقف أمام نشر الكثير من الأخبار، على عكس الصحافة الإلكترونية التي تنسم بخاصية المرونة والحدود المفتوحة فوسع المساحات وإمكانية التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل قيوداً تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار ومن الأمور الإيجابية للصحافة الإلكترونية أن تكنولوجيات الإنترنت تملك روابط نشطة لديها إمكانية احتواء واستيعاب جميع المعلومات المتوفرة لدى الصحيفة.

7. خصائص أخرى للصحافة الإلكترونية:

إن أبرز مزايا الصحافة الإلكترونية تجاوزها للحدود الجغرافية استيعابها لكميات كبيرة لا حصر لها من المعلومات من خلال خدمة الإنترنت، بعكس قدرة وسائل الإعلام التقليدية التي تتقيد في كثير من الحالات بحدود جغرافية محددة، وإلى جانب ما ذكر فإن الصحافة الإلكترونية لديها ميزة مهمة أنها تعمل بأقل كلفة على عكس الصحافة المطبوعة أو المرئية أو المسموعة التي تحتاج لتكاليف مالية باهظة ⁽⁵⁾ زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة، عمان، 2009، ص 17-20.

خامسا: وظيفة الصحافة الإلكترونية:

عندما برزت الصحافة الإلكترونية في منتصف تسعينيات القرن الماضي اعتبرت بداية دخول الصحافة والإعلام إلى مرحلة نهوض جديدة لها سماتها وخصائصها تزامنت

مع تطور مذهب في عالم التكنولوجيا، أطلق عليها بـ "مرحلة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات" وأخذ الكثير من المنظرين يحذرون من مخاطر هذه المرحلة الجديدة برغم الإيجابيات التي لا تحصى ومن بين المخاطر ربما انقراض الكتاب الذي لم يعد ذات أهمية تذكر حسب رأيهم، وهذا يتسبب على موقع الجريدة والمحطة الإذاعية والتلفزيونية أيضاً، وربما دخلت المخاوف إلى قلوب حتى كبار الصحفيين والكتاب لأنهم وجدوا منافسة آخرين لهم عبر صفحات الكترونية تبحث عن المعلومة من أي شخص مهما كان موقعه ومكانته، حيث اتضح للجميع بأن المشهد الإعلامي أصبح ملكاً للجميع وليس حكراً على أشخاص معينين، ووفرت فرصة الاطلاع على قدر كبير من المعلومات وكذلك القراء وبأقل تكلفة مالية وهذه واحدة من سمات الصحافة العصرية التي فتحت آفاقاً جديدة للمواطن في سبيل القراءة والكتابة والمشاركة التفاعلية، وانطلاقاً من ذلك فإنه بالقدر الذي يسجل على الصحافة الإلكترونية من سلبيات فإن لها إيجابيات عديدة يمكن الإشارة إلى جانب منها فيما يلي:

سادساً: إيجابيات الصحافة الإلكترونية:

1. إمكانية تخطي الحدود بيسر وسهولة.
2. وسعت المشهد الإعلامي وأصبح أكثر انفتاحاً واتساعاً، فكل فرد يمكنه أن يُسمع صوته دونما تعقيدات الصحافة الورقية.
3. وسعت من الحريات الصحافية قدرتها على تنوع الأخبار وتحديثها في كل وقت.
4. امتيازها بقيمة الفورية في تلقي الأخبار وتضمن الصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقية الخبر.
5. سهولة تبادل البيانات عبر الإنترنت بسرعة فائقة.
6. التفاعلية التي تسهل اللقاء بين القارئ والكتاب باقرب لحظة.
7. مشاركة المستخدم "القارئ" في عملية التحرير من خلال التعليقات.
8. عدم حاجة الصحافة الإلكترونية لمقر واحد لجميع العاملين، وإنما يمكن إصدار الصحف بفريق عمل متفرق في العالم.
9. تقريب المعرفة العلمية من خلال إمكانية زيارة مراكز الوثائق المختلفة.
10. التجديد المستمر في نشر المعلومات وبسرعة قياسية لتسهيل تواصل المستخدم "القارئ" مع الجريدة بالوقت الذي يشاء.
11. بساطة التصفح إذ يمكن أن يكون القارئ ملماً بأبسط القواعد التقنية حتى يتمكن من الاطلاع على كافة المعلومات.
12. دقة التركيز والاختصار في نقل تفصيل الحدث.

13. القدرة على التحكم في الأبواب بالتقديم والتأخير أو الإبقاء والإلغاء طبقاً لأعداد الزوار.

سابعاً: سلبيات الصحافة الإلكترونية:

مع الإيجابيات الكثيرة والمتنامية للصحافة الإلكترونية، وقدرة تفاعلها مع الأحداث ومستخدمي الأخبار إلا أن هنالك سلبيات رافقت أداء الصحافة الإلكترونية وهي:

1. الفوضى التي تطبع بها وغياب الرقابة عليها.
2. كثرت الأخبار التي ترد في الصحافة الإلكترونية من دون التأكد من مصادرها الحقيقية.
3. التفاوت الحاصل في مستوى التعامل بالصحافة الإلكترونية بين المستخدمين من دول متعددة لأن بعض الدول النامية لا تتوفر فيها امکانات التقنية.
4. شيوع الصحافة الإلكترونية وتوفرها دفع باتجاه تناقص الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية.
5. سمة السرعة المتوفرة في الأخبار الإلكترونية شكلت سلاح ذو حدين قد تدفع المؤسسة للنجاح والتفوق وقد تدفعها إلى الخسارة.
6. ساعدت إلى كسر طوق بعض المحرمات والقيود الاجتماعية وشجعت على التزوير.
7. كان للصحافة الإلكترونية تأثيراً سلبياً على الحياة الأسرية والاجتماعية من خلال انشغال الأفراد بأجهزتهم الإلكترونية بحثاً عن ما يشبع رغباتهم الشخصية.
8. الحذر من تغطية أخبار الجريمة،⁽⁶⁾ زيد منير سليمان، المصدر السابق، ص 20.

البحث الثاني

قوالب صياغة الأخبار الالكترونية

لا شك إن القوالب المعمول بها في الصحافة المطبوعة والتي أخذ الكثير من الباحثين في الفترة الأخيرة بمراجعتها بدقة ومحاولة البحث والتقصي لأجراء مزيد من التصنيفات لها واكتشاف قوالب جديدة دون أن تترك مطروحة بلا مسميات، بالأمكان تطبيقها في الصحافة الالكترونية التي أخذت تفرض نفسها في المشهد الإعلامي العصري بحكم التدفق المعلوماتي والتطور التكنولوجي وسقف الحريات الذي أخذ يميل لتضييقها بشكل مذهل في عالم اليوم، وانطلاقاً من التطور البحثي الذي لحق بعلوم الاتصال والإعلام فإنه بالأمكان اختزال بعض تسميات القوالب المهنية المطروحة في الصحافة التقليدية وبما يتواءم مع متطلبات العمل المهني في الإعلام الالكتروني لتسمية قوالب ربما تكون جديدة أو قد تكون واردة سابقاً أو ربما التوصل لقوالب جديدة هي بالأساس عبارة عن توليفة لمزيج من القوالب السابقة والجديدة التي اكتشفت مع الاعلام الالكتروني، إن البعض يحاول أن يلغي القوالب التي كانت تبنى عليها الأخبار في الصحافة التقليدية ونعتقد بأنه ليس صحيحاً ذلك، بل لابد من الاستفادة من عملية الاكتشافات والابتكارات وايضا من التوليفات ما بين القوالب السابقة واللاحقة لإنتاج مواد إخبارية في الإعلام الالكتروني "الإعلام العصري"، وعلى فكرة فإن قوالب صياغة الأخبار كما تطبق في الأخبار تطبق أيضاً في التحقيقات الصحفية والتقارير والقصص الإخبارية، والقالب يمثل وعاء، وكل مادة إخبارية يجب أن توضع في القالب "الوعاء" المناسب الذي يستوعبها، وفي سبيل ذلك نورد مجموعة القوالب وفق ما يلي:

1. قالب الهرم المقلوب inverted pyramid

وهذا القالب لا يمكن أهمله أو العزوف عنه، ومن خلال التجارب الإخبارية المهنية في التعامل مع الصحافة التقليدية والعصرية ثبت بأن هذا القالب هو الأفضل بين القوالب الأخرى وتحديداً في الأخبار البسيطة، وربما يكون قالب آخر منافس له سيتم الحديث وهو قالب الدائرة، لكن بطبيعة الحال فإن القالب المعكوس أو المقلوب هو من يراعي قيمة المعلومة الأكثر أهمية لدى المستهلك أو المتلقي ليوردها في الاستهلال أو المقدمة التي يجب أن تكون موجزة، فالمحرر عندما يطرح المعلومة الأهم في البداية يكون في الوقت الآخر حر طليق في عرض ما يشاء من معلومات الحدث وحسب رؤيته الصحفية التي تتناسب واهتمامات القراء لأننا يجب أن ندرك جيداً بأن صانع المضمون الاعلامي هو الأفضل في معرفة المستخدم الاعلامي وهو الأقرب من نبض الشارع الذي

يتعرض له بالمادة الأخبارية، حيث أن مستخدم الإنترنت لا يقضي وقتاً طويلاً في قراءة الكثير من المواد ولا قراءة العديد من الفقرات داخل حتى الموضوع الواحد وإنما يسعى لالتقاط المعلومات التي تهمه بسرعة.

2. قالب الدائرة Template Circle

في الإعلام الإلكتروني ربما يكون قالب الدائرة أكثر ما يناسب طبيعة الصياغة الاخبارية وفقاً لطبيعة التفاعلي ما بين طرفي المستخدم، أو ما يسمى في الصحافة التقليدية سابقاً "المُرسل والمتلقي أو المرسل والجمهور" للمضمون الإعلامي، فالتحرير الاخباري الإلكتروني الذي يرد على غمط قالب الدائرة يأتي سريعاً بين طرفيه وتكون الدائرة ضيقة لتجسد مستوى القرب والتجاذب المتحقق من الصيغة التفاعلية، وتقع النقطة الرئيسية أو المحورية للخبر الذي تم تحريره على هذا النمط في المقدمة "الاستهلال" وكل ما يأتي من فقرات وتفاصيل أخرى يجب أن ترجع إلى المقدمة كونها أصبحت مركز الأهمية، ومن مميزات قالب الدائرة إن كل جزء من الخبر يعطى نفس الأهمية لبقية الأجزاء الأخرى ودون إهمال جزء على حساب جزء آخر، ولكن الميزة الأساسية في التحرير هو أن ترتبط جميع الفقرات بالمقدمة أو الاستهلال، وغالباً ما تلجأ الصحافة الإلكترونية الغربية إلى هذا النمط الاخباري وبعض نظيراتها العربية، بحيث تكون الخاتمة إجابة توضيحية لما طرح في المقدمة، بمعنى أدق أن الخبر عندما يكون مقسماً ما بين أجزائه المعروفة من العنوان والمقدمة والجسم وحتى الخاتمة، فإن البداية حظيت بالأهمية تبعاً لموقعها وأخذت كل الفقرات الأخرى تتبعها، لكن المحرر الإلكتروني عندما يصل لخاتمة خبره يعود بالإجابة والتوضيح المفيد لما تم طرحه في البداية، وفي الحقيقة يذكّرنا هذا بالقالب المعكوس،⁽⁷⁾ مها عبد المجيد صلاح، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت...دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام 2004، ص 308).

3. قالب المقاطع Section Technique

يقوم المحرر الإلكتروني وفق قالب المقاطع بتجزئة القصة الخبرية إلى عدة أجزاء أو مقاطع وكل مقطع منفصل عن الآخر، على أن يجري التعامل معه على أنه خبر مستقل من حيث المقدمة والتفاصيل أو الجسم والخاتمة لكن بشرط أن يضمها عنوان رئيس واحد، ويستخدم هذا التقسيم المقاطعي لحصر ترتيب وقوع الأحداث أو حصر تسلسلها من حيث التطور الزمني، ويفيد هذا القالب مع القصص الخبرية والأخبار المركبة والمعقدة فمثلاً كتابة قصة خبرية عن الثورة الشعبية السورية ضد الرئيس بشار

الأسد، فيكون الشطر الأول منها عن بداية التظاهرات الأولى وجملة المطالب ومن ثم الشطر الثاني عن تحول التظاهرات إلى ثورة جراء ما حصل من إراقة دماء بنيران الجيش السوري وأما الشطر الثالث فيخصص للنتائج المتحصلة من هذه الثورة ما بين الشعب والنظام، وربما يطيل إلى شطر رابع أو أكثر بحسب المراحل التي مرت بها سوريا من حراك شعبي وما رافق ذلك من عنف، وقالب المقاطع مثلما يفيد في الأخبار المركبة والقصص الخبرية فإنه يفيد مع التحقيقات الصحفية، وهذا الأمر يعيد إلى الأذهان نوعية القوالب ومنها مثلاً قالب الهرم المعتدل الذي أول ما استخدم في تحرير الأخبار لكن استخرج منه قالب الهرم المعتدل المتدرج الذي أكثر ما يتلائم مع التقارير الاخبارية،⁽⁸⁾ Basics for the reporting, Christopher and writing: 21st century. ibid. 2000. p. 156-157. (Scanlan).

4. قالب لوحة التصميم Story board

ويستخدم هذا القالب في تحرير الاخبار الإلكترونية التي ربما تفتقر لها الأخبار المنشورة في الصحافة التقليدية أو المطبوعة كونه يتناول وسائط تفاعلية متعددة مصاحبة للقصص الاخبارية والتحقيقات الصحفية مثل الصور والرسوم البيانية والأيضاحية المصاحبة والصور والمقاطع الصوتية لمصادر الأخبار ولقطات الفيديو المتعلقة بالحدث ورجع الصدى للموضوع الصحفي، وهذه امکانات تتيحها بيئة العمل على الشبكة العنكبوتية بشرط أن يتقن المحرر الإلكتروني هذه الخطوات التحريرية بإدخال تقنيات الصوت والصورة المتحركة، ويعد هذا القالب من نتاج وإفرازات شبكة الانترنت، ويعطي خبراء الإعلام الإلكتروني صيغة لوحة تصميم تضم إطارين في الجزء العلوي منها، يمثل الإطار الأول فيها الصفحة الرئيسية الذي يرد فيه العنوان الرئيس والعنوان الثانوي والمقدمة التي تتضمن أبرز المعلومات، وتوضع في الإطار المقابل لها عناصر الوسائط المتعددة الخاصة بالموضوع مثل المقاطع الصوتية التي اعتمدها المحرر، وأسفل الإطار الأول يتم تقسيم الموضوع إلى أربعة إطارات فرعية وهي كما يلي:

الإطار الأول: يتضمن المعلومات المفيدة عن الموضوع والتسلسل الزمني لتطور أحداث القضية أو الموضوع.

الإطار الثاني: يحوي على الشريط الفيلمي الطولي للمصادر المشاركة في إبداء وجهة نظرها الهامة بالموضوع.

الإطار الثالث: في هذا الإطار يقدم المحرر روابط لموضوعات صحفية عدة لها ارتباط وثيق بالموضوع المطروح.

الإطار الرابع: يخصص للتواصل مع القراء واستلام وجهات نظرهم وتعليقاتهم والتفاعل معها بالردود والتوضيحات المطلوبة.

5. قالب الساعة الرملية: Hourglass Structure

يعد هذا القالب من أبرز القوالب التي دأب على استخدامه المحرر الإلكتروني كونه سهل في عرض الموضوع المطروح بالطريقة التقليدية على أساس كونه قالب يدفع المحرر إلى النظر لأبرز معلومة يضعها بالمقدمة أو الاستهلال، من هنا دفع البعض من المختصين إلى اعتباره قالب يمزج ما بين القالب المقلوب وقالب القصة لأنه ما بعد المقدمة الهامة، يأتي المحرر بسرد تفصيلي لباقي أحداث القصة الخبرية، وميزة هذا القالب أنه يبدأ بالمقدمة الموجزة والهامة ثم معلومات خاصة بالموضوع أو الحدث تعطي توضيحاً مكمل لما ورد بالمقدمة ويعقب ذلك اقتباسات هامة تمثل وجهات نظر المصادر التي اعتمدت في الموضوع، ومن ثم المرحلة الأخيرة التي تتضمن السرد الزمني المتتالي للأحداث الفرعية في القصة الخبرية، وبمعنى أدق فأن هيكلية الخبر وفق قالب الساعة الرملية يتألف من ثلاثة أجزاء هي:

الجزء الأول: القمة التي تتضمن المقدمة الملخصة وتبعتها فقرات قد تتعدى الثلاث تجيب عن الأسئلة الاستفهامية التي بالإمكان أن ترد على لسان المستخدم أو القارئ بشأن الحدث.

الجزء الثاني: التحول الذي يتضمن تهيئة القارئ للتحويل والانتقال إلى الحكاية بطريقة التوصيف أو إعطاء الانطباع الدقيق سواء من المحرر نفسه عن الواقعة التي يكتب عنها أو من شهود العيان.

الجزء الثالث: يروي المحرر تفاصيل الحدث الذي يكتب عنه بلغة الحقائق الدقيقة وكذلك بأقوال المسؤولين والمختصين والمصادر الرئيسية في صناعة الحدث نفسه.

وأكثر ما يستخدم المحرر الإلكتروني هذا القالب في الأخبار القصصية والحكايات فيما يوفر هذا القالب على قرائه أو مستخدميه فرصة الإطلاع على أبرز المعلومات في الاستهلال أو الذين تعجبهم قراءة الموضوعات المكتوبة على شكل قصة أو حكاية، من هنا يتضح لنا إن قالب الساعة الرملية أكثر ما يستخدم في موضوعات القصص الإنسانية

والحوادث والجرائم⁽⁹⁾ د. حسني محمد نصر- و د. سناء عبد الرحمن، دار الكتاب الجامعي، العين، الامارات العربية المتحدة، 2005، ص 179).

6. قالب غير الخطي Non linear

يلجأ المحرر الإلكتروني في هذا القالب إلى الابتعاد عن الصفحات المنفصلة عند تحرير الاخبار والذي هو أسلوب متبع في الصحافة المطبوعة خاصة في الموضوعات المطولة حيث يجري تقسيم الخبر على صفحتين، فالخبر الإلكتروني عندما يأتي بالطريقة المنفصلة فإن القارئ أو المستخدم يعزف عن قراءته كونه يحتاج لوقت طويل بالإضافة إلى ظرف المتصفح الضيق فضلاً عن كونه يعيق طباعة الموضوع كاملاً، ويميل هذا القالب إلى صيغة المقاطع عند التحرير الذي من شأنه أن يجعل العنوان والمقدمة في الصفحة الأولى للموقع، في حين يكون جسم الخبر وتفاصيله وخلقياته في صفحات أخرى من الموقع، حتى إن بعض المختصين وصفه بدائرة ذات أشعة تقود المتصفح إلى متابعة عناصر الخبر حسب فقراته من خلال وصلات النص المأخوذة، ومن أساليب التحرير في هذا القالب أن يكون المحرر أكثر مهنية وعليه التزام حيال المتصفح بأن يدلّه على المعلومات المطلوبة بإرشاده لأتباع رابط معين.

7. قالب النص الطويل Scrolling Stories

ويستند هذا القالب في الصحافة الإلكترونية على عرض النص أو المضمون على شاشات متتالية ليسهل مهمة المستخدم بتصفحه من خلال أشرطة وأدوات التصفح، ويستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي والذي يستحسن تناوله بأسلوب الاختصار والتكثيف، حيث يمكن تقسيمه إلى وحدات أصغر مترابطة ببعضها بشكل غير خطي، ويلاحظ أن هذا الشكل لا يختلف عن الشكل الخطي التقليدي في المطبوعة، ومن طبيعة المستخدم في عصر- التكنولوجيا الإعلامية الحديثة أنه لا يفضل عملية تصفح مادة طويلة على شاشات متوالية على عكس العصور الماضية التي لا تشهد تنافس في الضخ الإعلامي، لذا وجه خبراء الاعلام المصري محررو الصفحات الإلكترونية بتفضيل وضع المادة في شاشة واحدة لكيلا يلجأ المستخدم إلى طريقة تحميل صفحات متعددة الأمر الذي قد يجبره إلى عدم التعرض للمادة،⁽¹⁰⁾ د. ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 244).

البحث الثالث

الصحف الورقية والإلكترونية

إذا كانت التقنية الجديدة يمكنها أن تغير طرق توزيع الصحف والأخبار، ويمكنها استخدام الإنترنت أيضاً وإن كان بنسب كبيرة تختلف عن الورقية، إلا أنها لن تستطيع استبدال المؤسسات الصحافية الكبرى التي تقوم بجمع الأخبار واستقصائها وتحريرها؛ فمن دونها لن توجد محتويات للتوزيع على الإطلاق، ولكن حتى لو استمرت عائدات الصحف الإلكترونية في النمو بالمعدلات الحالية نفسها، فإنها لن تستطيع اللحاق بركب الصحف المطبوعة حتى سنة 2017، وذلك على افتراض أن الصحف المطبوعة ستظل تنمو بنفس النسبة الحالية بمقدار 3% فقط سنوياً، ولكن من الناحية الواقعية لا يزال أمام الصحف الإلكترونية سنوات عدة حتى تصل إلى مجال التنافس مع اقتصادات الإعلام القديم، الممثل في الصحف المطبوعة والتلفاز، حتى في ظل انخفاض تكاليف توزيعها مقارنة بالصحف، وبالرغم من أن عدد قراء الصحف في تناقص، إلا أن معدل استهلاك المعلومات يتزايد، وقد ذكر تقرير مؤسسة "نيمان" الذي يصدر بصفة دورية عن مؤسسة نيمان للدراسات الصحافية "التابع لجامعة هارفارد" أن كل المؤسسات الصحافية تقريباً في العالم اليوم قد أصبح لها مواقع على الإنترنت، وقد أصبح الإنترنت إضافة جديدة إلى قدراتهما وخصائصهما في جذب جماهير جديدة وشركات جديدة لوضع إعلاناتها في تلك المواقع، ولكن تبقى نكهة استخدام الصحف المطبوعة رمزاً بعيداً عن الانقراض، ⁽¹⁾ موقع كلنا صحفيون Hirorypress، تم أستقاء المعلومات في 27 كانون ثاني 2013 للمزيد ينظر الرابط الآتي (<http://hirorypress.wordpress.com>)

المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية:

برغم الاعتراضات الواردة من البعض على هذا التصنيف لنوعي الصحافة الورقية والإلكترونية على اعتبار أن الأخيرة تابعة للورقية وهي استكمال لها، ومثل شتات من الأخبار والتقارير والمقالات والصور التي تجمع في موقع إخباري مجردة من المشاعر والإبداع والفاعلية المطلوبة، يرى البعض الآخر بأن الصحافة الإلكترونية يكفيها اتباعها الحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ والكاتب عبر صفحات الإنترنت، بخلاف الصحافة المطبوعة أو الورقية التي تجري على موضوعاتها تعديلات عدة من قبل المحررين حتى تأتي منسجمة مع سياسة الجريدة، ومع ذلك هنالك عدة مميزات يمكن ذكرها:

1. سرعة تلقي الأخبار العاجلة وتضمينها الصور والأفلام الفيديوية لدعم مصداقية الخبر.
2. فرصة الفاعلية التي امتازت بها الصحافة الإلكترونية في مشاركة القارئ بالرد وإبداء الرأي على الأخبار والتقارير والمقالات في الصحيفة الإلكترونية بحرية تامة دون تدخل أي طرف آخر في العملية،⁽¹²⁾ زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص 56.
3. سهولة توفر الانترنت ما يسهل فرصة نشر المعلومات بسهولة وبوقت سريع بعكس الآلية المعتمدة في الصحافة الورقية التي تحتاج إلى 24 ساعة لغرض طبع الجريدة.
4. سهولة اللقاء الفكري المباشر بين الكاتب والقارئ بأي وقت وحسب الرغبة للتداول والنقاش في الموضوعات المطروحة في الجريدة الإلكترونية بعكس الورقية.
5. تقليص الصعوبات والنفقات المالية في الصحافة الإلكترونية عند إصدار جريدة وحتى لا تحتاج إلى موافقات رسمية بعكس الصحافة الورقية التي تتطلب عملية إصدارها إلى مبالغ ضخمة وموافقات رسمية.
6. الصحيفة الإلكترونية لا تحتاج إلى مقر دائم يتلقي فيه المحررين والعاملين لأن لقائهم وهم قلة يحصل عبر الأنترنت حتى لو كانوا في أبعد مكان بالعالم بعكس الصحيفة الورقية التي تحتاج إلى مقر ثابت وفريق كبير من العاملين الصحفيين والإداريين.
7. آلية عمل الصحيفة الورقية تحتاج إلى كميات كبيرة من الورق وأجهزة فنية عدة للطباعة بينما الإلكترونية تحتاج لجهاز حاسوب وبعض البرامج التي يتم تركيبها مرة واحدة،⁽¹³⁾ د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق، ص 174-175.

أزمة الصحافة المطبوعة وانتعاش الإلكترونية:

تتصارع الآراء في الوقت الحاضر عن مستقبل الصحيفة المطبوعة هل سيتم تشييع جثمانها وهل تعيش أزمة حقيقية، مقابل هل أن الصحافة الإلكترونية فعلاً ستكون البديل الشرعي للمطبوعة، والجدل حاصل ما بين طرفي الخلاف منذ انبثاق الصحافة الإلكترونية قبل أكثر من عقد من الزمن، لكن من المؤكد أن الطرف الذي يجد بقاء الصحيفة المطبوعة دون إعلان وفاتها كما يتنبأ البعض يمثل مجتمعها من ناشريها والعاملين فيها وقراءها وتحديداً الذين يواكبون المطالعة ومتابعة الشؤون العامة بكل توجهاتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والفكرية وغير ذلك، وتحديداً من هم بأعمار تتجاوز الـ (60 سنة) هؤلاء تربطهم صداقة مميزة مع المطبوع وليس من السهولة بمكان تركها، فهي تمثل زادهم الفكري وصديقهم الحميم تربطهم به سنوات

العمر الماضي وأيام الثورة الفكرية التي تفجرت في عقولهم أيام الشباب وانطلقوا من بعدها بمشوار القراءة والمتابعة لشؤون الثقافة والمعرفة، أضف إلى ما ذكر فإن هذا النوع من الجمهور بحكم العمر لم يعد قادراً على مواكبة تطورات الإعلام العصري سيما الدخول على شاشة الحاسبة الشخصية والنفوذ إلى صفحات الصحيفة والمواقع الاخبارية الأخرى الالكترونية للمتابعة فهي بحكم المقارنة مع الصحيفة المطبوعة تمثل تشويشاً كبيراً عليه، بل تمثل الدخول في عالم يجهل لغته ولا يحسن فن التعامل معه إطلاقاً وقد تكون هذه القضية أو الاشكالية تمثل واقع مجتمعاتنا العربية أكثر من نظيرتها الغربية فضلاً عن نسبة الأمية المتفشية بين أوساط المجتمع العربي وبعض بلدان الجوار لها، ومن هنا نركز على أن هنالك نوعين من الأمية الأولى أمية تعلم القراءة والكتابة وهي المعوق الأساس بوجه الانسان للدخول الى الجريدة المطبوعة والالكترونية فيلجأ إلى الراديو أو التلفزيون لاشباع حاجاته من القضايا المعرفية الذي هو ليس مجال نقاشنا.

والثانية تعني امية التعامل مع الالة التكنولوجية وادارتها وهي مجال نقاشنا أذ تمثل أبرز المعوقات للانفتاح على الصحيفة الالكترونية وهذا الذي يخص الفئة العمرية التي تطرقنا عنها ان الجريدة المطبوعة تركز على الجوانب المعرفية وتقدمها للقارئ بطريقة علمية وبأسلوب تعبير ناجح، اي ان مجتمع الصحيفة المطبوعة يعد قارئاً جاداً وواعياً ولديه القدرة على التحليل والتفسير ويطلق عليه بـ "القارئ المثقف" اما قراء الصحيفة الالكترونية فإنه لا يبحث عن المعرفة بقدر ما يبحث عن التسلية والترفيه، وان النموذج الذي تتبناه الحضارة الغربية يعتمد على تقديم كم كبير من المعلومات، وعدم مساعدة الناس على تحويل هذه المعلومات إلى معرفة تجعل الإنسان يفهم الأحداث ويحدد موقفه منها، وتساهم الانترنت في زيادة سيطرة هذا النموذج ولكن هنالك آراء أخرى في ذلك فالكثير من القراء الالكترونيين باتوا قراء جيدين ومتابعين بشكل متواصل مع تفاصيل الأحداث ويملكون ثقافة عالية لا يمكن تجاهلها كما إن الكثير من الشباب كانوا في بداية الأمر ضمن قراء التسلية ولكن بمرور الزمن وتأثيرات العمر والاطلاع المستمر أصبحوا قراء نوعية معترف بهم ويغذون الصحيفة الالكترونية بالمعلومات ويتسفيدون مما يحصلون عليه من معلومات لتصبح عندهم معرفة يمكن ان تشاع لدى الجميع، لكن الانسان سيجد نفسه في حاجة الى تحليل المعلومات وتفسيرها ونقدها، وهو ما يمكن الصحيفة المطبوعة أن تقوم به للصمود في مواجهة مخاطر الصحافة الانترنتية⁽¹⁴⁾ د. شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط2، 2008، ص 199، إن الكثير من الدراسات البحثية سلطت الضوء على هذه الاشكالية المعنية بالاجابة على سؤال إلى متى ستبقى الصحيفة المطبوعة تواصل إصدارها وانتشارها بين القراء، ولو نظرنا الى البعد الزمني فأنا لاحظنا بأن أغلب الدراسات تشير إلى حقيقة المخاوف والتحديات التي تفرضها الصحافة

الإلكترونية لكن الغالبية منها التي نشرت حتى 2005 يعطي أملاً في بقاء الصحافة المطبوعة إلا أن ما بعد ذلك التاريخ فأن الدراسات أخذت تشير إلى التحدي الفعلي الذي ربما يؤدي في السنوات المقبلة التي لا تتجاوز 15 سنة مقبلة لنهاية الصحافة المطبوعة، وربما آخر مطبوع يبقى هو في عالمنا العربي وربما العراق من أبرزها نظراً للطبيعة السياسية والاجتماعية فضلاً عن كثرة الأحزاب التي ما تزال تؤمن بثقافة الصحافة المطبوعة، وإن كانت هي الأخرى أخذت تنفتح على الصحافة الإلكترونية بدرجة واسعة، وهو ما تطرقنا عنه في مجال آخر، وهذه من أبرز الأمور التي تجعل للجريدة الفرصة الأخيرة للبقاء لكنه بقاء مؤقت لبضع سنوات، وخلال لقائه بالصحفيين المصريين قال جورج برولا مسؤول العدد الأسبوعي بالتايمز البريطانية إن الإعلام المقروء المرئي في أضعف حالاته اليوم بسبب لجوء الجمهور للإنترنت معرباً عن مخاوفه بشأن مستقبل الصحافة المطبوعة التي تصدر يومياً متفائلاً بشأن المجلات والصحف الأسبوعية كونها تعتمد على العمق والمقالات التحليلية التي ما زال لها قراءها⁽¹⁵⁾ مؤسسة ومض لتطوير وتوزيع المواقع الإلكترونية، تم استقاء المعلومات في 3 نيسان 2013، للمزيد من المعلومات ينظر الرابط الآتي <http://www.wammdh.com>.

قواعد كتابة الخبر الإلكتروني:

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني ذلك إن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن واستطاعت أن تؤسس تقاليداً وممارساتها الصحفية وتطور لها أسلوباً مميزاً عن أسلوب الجريدة، وحين ظهر التلفزيون أفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن، وهنا نستطيع القول إن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية وأبرز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:

1. الجمل قصيرة وبسيطة.
2. ذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن.
3. تجنب استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة.
4. كتبت الكلمات في الخبر الإذاعي لكي تقرأ فيجب أن تكون سهلة النطق.
5. التقليل قدر الامكان من استخدام الضمائر.
6. حداثة الخبر الإذاعي.
7. في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الاسم.
8. لا تبدأ الجملة بمقتبس في الإخبار الإذاعية ولا يترك اسم المصدر في نهاية المقتبس.

9. ابتعد عن الأحصاءات وكثرة الأرقام في بداية الجملة.

10. استخدام المبنى للمعلوم.

أما الخبر التلفزيوني فشأنه شأن الخبر الإذاعي لم يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أية نقطة أخرى بل أنه وحدة متماسكة وبتاء معلوم متجانس الاجزاء له مقدمة و متن وخاتمة وإذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماماً، ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته ولكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافياً وهذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين، وهذا يعني ان خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين وليس للمستمعين فقط. حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع، ومن أهم النقاط الأساسية التي لا بد أن يقف ويتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي:

1. الإيجاز.
2. خلفية الخبر.
3. التعبير المجازي.
4. لباقة الحديث.
5. التطابق بين الصورة والكلمة.
6. أكثر الكلمات للمذيع وأقلها للصورة.
7. مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر.
8. الإفادة من الصوت الطبيعي.
9. توافق النص مع منطق الصورة ⁽¹⁶⁾ موقع كلنا صحفيون Hirorypress، مصدر سابق).

البحث الرابع

الصفات التحريرية للعلام المستخدم

أولاً: ما هي الصحافة الجديدة:

هي تيار صحفي جديد تضمن منهجاً جديداً في التفكير وأسلوباً مختلفاً في التعبير وتعديلاً في أنماط الاتصال الصحفي التقليدية، وأبرز ما اهتم به هذا التيار الصحفي الجديد من حيث الشكل والمضمون:

1. أنه يختلف عن معظم الممارسات التقليدية لوسائل الاتصال حيث اتى كرد فعل لحاجات الجمهور الجديد لأشكال صحفية مستعدّة في مواجهة الأشكال الاتصالية الجديدة خاصة ما افرزته وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة، وكرفض للأفكار التي تعتنقها الجرائد التقليدية عن الاخبار المتوازنة والموضوعية والاستخدام التقليدي لمصادر الاخبار.
2. يمثل امتداد لصحافة التنقيب عن الفساد الذي استشرى في القرن العشرين وقبله القرن التاسع عشر وصحافة المنشورات السياسية في القرن الثامن عشر وصحافة الخبر المتميز في القرن السابع عشر، ويسمى هذا التيار للمحرر ويشجعه على استخدام مدخل أكثر إبداعاً في تغطيته، ويمكنه من اللجوء إلى الأسلوب السريدي الروائي ويعطي له وظيفة الملاحظ المنغمس.
3. ان يقوم على فكرة "مارشال مالكوهان marshal ms luhan" التي تقول إن الشكل يسبق المحتوى وإن الوسيلة هي الرسالة ومشاركة هذا التيار والإضافة الحقيقية لهذا التيار تمكّن في الأسلوب، فهو يستغل المضمون الصحفي وينشره في أسلوب روائي، ويجمع بين الحقيقة الموضوعية للصحافة والحقيقة الذاتية لصحفي أو كاتب، أو هو رواية تعتمد على أسلوب التقرير وتسعى إلى حقيقة أضخم من خلال جمع الحقائق والأقوال المقتبسة وعرضها بشكل انطباعي، وكما وصفه البعض: "بأنه شكل جديد من اللاقصة يستعمل أساليب القصة".
4. أنه نوع من التغطية الصحفية الاخبارية التي تعرض الاحداث بشكل يجلب معه جوانب انطباعية تعبيرية مثل صورة، صوت، مشاعر الحدث، خلفيات الحقائق ويربطها مقارنة بحقائق أخرى من التاريخ والمجتمع والادب في أسلوب فني يعطي عمقا وبعداً أكبر للحقائق.
5. أنه لا يستنكر التحيز الواضح ووضع الراي في الاعمدة الاخبارية.

إن تشابك العوامل الداخلة في صناعة الاخبار وتعدد أساليب إعداد الخبر ونشره، قد أدى بدوره إلى تعدد أنواع الصحافة، فلم تعد هناك صحافة واحدة تقليدية تتولى معالجة الأحداث والظواهر والمواقف بالشكل التقليدي الذي عايشناه سابقاً، بل هناك اليوم صحافات متنوعة تسعى كل واحدة منها إلى التخصص والتميز في ميدان المنافسة على تقديم المعلومات إلى المتلقي.

1. الصحافة البديلة: وينهض بها الصحفيون المحترفون الذي يقاومون سيطرة الشركات الإعلامية الكبرى التي تسعى لبسط هيمنتها في التعامل مع الأحداث وطريقة معالجتها الخاصة التي تنبع من سياستها الاخبارية.
2. صحافة الثقافة المقابلة: ومن رعاتها والقائمين بها، الشباب الذي يفرض أساليب الصحافة التقليدية ويتوق إلى بديل يلبي أذواق الشباب وحاجاتهم.
3. صحافة الدقة: ويتبنى هذا النوع الصحفيون الأكاديميون الذين يسعون إلى ترسيخ مفهوم "علم التحقيق الصحفي" "فن التغطية الاستقصائية" فضلاً عن اعتمادهم الفن والتجديد، هؤلاء يعرفون الصحافة بأنها "الدقة، الدقة ثم الدقة".
4. الصحافة الجديدة: وقد أطلق هذا النوع على تلك الصحافة التي أدخلها في الستينيات عدد من الكتاب والصحفيين وبعض الروائيين الذين أخذوا يعالجون الأحداث بدقة أكثر معتمدين التدوين البلاغي في صياغة تقاريرهم وأخبارهم، وقد شجع هذا النوع من الصحافة على ظهور تجارب جديدة في الكتابة الصحفية تتسم بالمهارة الأدبية.
5. صحافة الرأي أو الصحافة المعادية: وهي الصحافة التي تركز أقلام كتابها وصحفييها لوجهات نظر معينة وقضائية خاصة تناسب اتجاهاتهم.
6. صحافة المحترفين: وتعتبر هذه الصحافة عن عدم رضا المحترفين من الصحفيين والكتاب عن أداء وسائل الاعلام، وتدعو إلى الارتقاء بالمعالجات الصحفية بما ينسجم من أخلاقيات المهنة media ethics ومستوى الاحتراف الصحفي.
7. صحافة دفتر الصكوك: وتمثل هذه الصحافة اتجاهاً حديثاً يقوم على شراء موضوعات وقصص ومغامرات من القائمين بها ونشرها على حلقات مثيرة.
8. صحافة القفز بالمظلات: هذا النوع من الصحافة يلاحق الأحداث الساخنة أولاً بأول بغية اطلاع الجمهور على طبيعتها وتطورها، وهذه صحافة انتقائية تلاحق الأحداث التي تثير اهتمام الجمهور وتصلح أن تكون حديث مائدة الافطار.
9. صحافة وكالات الأنباء: وتتميز هذه الصحافة بإعداد أخبار موسعة تلبي حاجة وسائل الاعلام المختلفة وتعتمد السرعة والجري وراء السبق الصحفي والمقدمات

الموجزة summary leads التي تهدف إلى إطلاع الجمهور على جوهر الحدث حال وقوعه ثم بثه كاملاً في مرحلة لاحقة.

10. صحافة الأثارة: ويتعامل هذا النوع من الصحافة مع الأحداث بأسلوب مثير يضخم الأحداث ويلون الموضوعات والحقائق ويرى في الفضائح مادة تستهوي قطاعات واسعة من الجمهور العام.

ثالثاً: المداخل والتيارات والاتجاهات الجديدة للغطية الاخبارية:

هنالك عدة تصنيفات لهذه المداخل والاتجاهات عند القيام بإجراء عمليات التغطية الاخبارية وهي ما يلي:

1. الصحافة الجديدة أو الأدبية.
2. الصحافة الرقيقة أو الدقة أو "صحافة التحديد".
3. تيار صحافة الخدمات.
4. الصحافة التسويقية.

رابعاً: مظاهر الصحافة الجديدة:

يلاحظ إن الكثيرين من الصحفيين بدأوا تجربة استخدام أساليب جديدة في التغطية الاخبارية ومنها:

1. استخدام عبارات وصفات كثيرة لوصف مواقع الأحداث لإعطاء القارئ إحساساً بوجوده في هذه المواقع.
2. استخدام مساحات أكبر من الحوار لإبراز جوهر لغة الشخص الذي يتحدث إلى وسائل الإعلام بدلاً من استخدام اقتباسات قليلة جداً ثم اعدادها.
3. السماح لاتجاهات وقيم مصادرهم بالسيطرة على الخبر بدلاً من فصل وجهات النظر عن محتوى الخبر.
4. الاهتمام بمشاعر مصادر الأخبار وما يدور داخلهم من حوادث.
5. بدلاً من الاقتباس من كل الأشخاص فإنهم اوجدوا شخصية مركبة تمثل كل هؤلاء الناس.

وقد اقتبس هؤلاء الصحفيون هذه الاساليب من كتاب الروايات ويرون إن هذه الاساليب تجعلهم اقدر على تقديم تقارير اخبارية دقيقة وغنية، ولتحقيق ذلك فإنهم تحولوا إلى الاهتمام بالشخصيات والمشاهير وثقافة الشباب واحداث العنف والمظاهرات

المضادة للحروب والتقارير الاجتماعية والسياسية العامة، وقد ظهرت هذه الأساليب أولاً في المجلات إلا أنها ومنذ منتصف السبعينيات من القرن الماضي بدأت تجد طريقها إلى الصحف خاصة في مجال التحقيقات والخلفيات التفسيرية وأخيراً وجدت طريقها إلى الإذاعة،⁽¹⁷⁾ د. فارس جميل أبو خليل، وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير، مصدر سابق، ص 111-115).

رابعاً: الصحفي الإلكتروني الشعبي:

أن من الأمور الهامة التي طرأت على البيئة الإعلامية في ضوء التطورات التقنية التي لحقت بها لم يعد المتلقي أسيراً لأفكار ومضامين الرسالة الاتصالية كما كانت تجري في تدفق عمودي، وفسحت التقنية الجديدة المجال أمام الإنسان ليكون مستخدماً ومتلقياً ومحووراً إيجابياً في قضية صناعة المضامين الإعلامية بغية تكوين رأي عام، وبينما كان متلقياً تفرض عليه المضامين سواء كانت مقبولة أو مرفوضة في نظره فإنه بالنتيجة لن يكون إلا طرفاً مستهلكاً دون سواه، وبظهور هذا النمط الجديد للإعلام في ظل أداة اتصالية بسيطة ولكنها بكفاية فائقة تختصر أبعد المسافات أصبح الجمهور هو المستخدم للمضامين الإعلامية وهو المنتج لها في آن واحد، إن هذه التحولات العصرية في عالم الإعلام، زادت من سقف الحريات الشخصية كثيراً وبات بإمكان الإنسان التعبير عن وجهة نظره بالطريقة التي يشاء دون رقيب وسلطة مؤثرة مثلما كان الأمر بالسابق⁽³⁴⁾ واستفاد رجال الإعلام من الهواة والسياسة والاجتماع والاقتصاد مخاطبة جمهورهم وتكوين جماعات رأي بأي وقت، ويتناولون بأسهاماتهم الكتابية ما ييغون طرحه من موضوعات مختلفة،⁽³⁵⁾ وكانت المدونات والمنتديات الإلكترونية وشبكات الفيس والتويتر واليوتيوب وغيرها منابر لعرض الكتابات والصور والريورتاجات وغيرها، أن سمة عصر الصحافة الإلكترونية الحالي إن الجمهور هو المستخدم لوسائل وهو الذي يتعرض لها أيضاً، فمن كان يتمكن من كسر "جدار الدكتاتورية الإعلامية التقليدية" سابقاً ألا من هو ذو حظ عظيم لصعوبة التقاليد المؤسسية التي وضعتها أمام حرية النشر وكان الصحفي هو الوسيط في نقل المضمون أو المحتوى للجمهور، سواء كان رأياً أو حاجة أو تظلاً... الخ، وكانت الهواتف المحمولة والكاميرا الرقمية صغيرة الحجم أو كاميرا الموبايل واحدة من الوسائل الاتصالية الجديدة التي مكنت حضور الإعلام في كل بقعة من العالم تساهم بنقل الأحداث وتفاصيلها (صورة وصوت) ودفعت إلى مساهمة الفرد المواطن في المساهمة بنقل المعلومة الخيرية ليكون عنصراً صحافياً مرسلًا للخبر، حيث يتلقى الكاتب والقارئ لصناعة فضاء إعلامي جديد ليست له حدود، لكن لا نتفق مع بعض الكتاب الذين أعلنوا شهادة وفاة المراسل الصحفي التقليدي عندما قالوا، انتهى دوره وانتهى دور الأخبار، وإن كانت وجهة نظرنا تؤيد التطور الملحوظ بهذا الإطار جزئياً وتنتفق أيضاً جزئياً مع الاستنتاج

الذي توصل إلى أن المتلقي تحول إلى قارئ منتج للنص في الوقت نفسه،⁽³⁶⁾ إلا أنه حتى اللحظة المسألة غير معممة بشكل واسع، وتحديداً في عالمنا العربي ودول المنطقة المحيطة به، لأسباب ثقافية واجتماعية واقتصادية، وبهذا فإنه مع الوقت سوف يضعف دور المراسل الصحفي التقليدي والأخبار التي يسهم بنشرها عبر مؤسسته، لكن لن تعلن شهادة وفاته، ونرى بأن العملية الاتصالية وفق تطورات التقنية الإلكترونية الحديثة في بعض من المرات تبدلت المصطلحات إلى شيء جديد آخر بطريقة ثنائية، فالمتلقي بالأمس بات اليوم يسمى بالمرسل الثاني، أي أنه المرسل والمتلقي في آن واحد، لذلك فهو الصحفي والقارئ والناشر والمذيع broadcaster والمعلن والمذيع والمحرر editor ومنتج المحتوى content creator فيديو ورسومات ومصور وموثق documentarian ومعلق commentator ومعلن advertiser وكاتب يوميات، إن هذه التغيرات حولت المواطن في الجمهور من نمط المتلقي السلبي passive إلى نمط التشاركية participatory، الأمر الذي ضغط على المؤسسات الإعلامية التقليدية لفتح أقسام جديدة تعطي الامتياز للمواطن للتعامل بنقل المضمون بالطريقة التفاعلية الإيجابية، في محاولة منها للحفاظ على جمهورها، إن المستقبل القريب سيشهد مزيداً من التحولات ومن أبرزها الحرية التي سيتمتع بها قطاع الإعلام الإلكتروني وتداول المعلومة وسيشمل ذلك حارس البوابة لكن بالمفهوم العصري الذي يتمتع بكامل الحرية، وفعلنا نحن اليوم في بداية انقلاب السلطات الاعلامية وإن مفهوم السلطة الرابعة يشهد اليوم بدايات ضعفه ولكنه سيشهد أقول نجمه مستقبلاً بسبب مزاحمة مفهوم السلطة الخامسة له وهو شيء مفرح وخدمة كبيرة للإنسان في تلبية حاجاته، فيكون الفرد فاعلاً ومنفعلاً ومرسلاً جديداً يقف جنباً إلى جنب مع المراسل الصحفي التقليدي وربما في حالات يكون سباقاً عليه، وهذه الخاصية التي نحن بصددتها حتى اليوم ما تزال في بداية المشوار، وهناك حالات فردية تحققت، لكننا نكرر بأن الوقت ما يزال بحاجة لمزيد من التفعيل والتأصيل لصنع الواقع، وفي ظل الصحافة الإلكترونية ممثلة بالمدونة أو صفحة شخصية أو حتى صحيفة الكترونية التي تتضمن أخباراً وتقارير وصور وغيرها فإن الواقع الصحفي تبدل وتبدلت القاعدة الاعلامية فأصبح المتلقي مرسلاً، والقارئ كاتباً، والجمهور قائماً بالاتصال⁽³⁷⁾، لقد سهلت الصحافة التفاعلية العصرية لأفاق معرفية جديدة ساهمت إلى حد كبير في التأثير بالعلاقات الاجتماعية بين الناس، وانتهت في ضوء هذه المتغيرات التي طرأت على البيئة الإعلامية (الإلكترونية) بعض المفاهيم السابقة المتعلقة بمن هو المستهلك للمضامين الإعلامية ومن هو منتجها؟ حتى أنها أتاحت لبعض الناس من غير المنتجين والمستهلكين للمضمون الإعلامي المشاركة في التعبير عن آرائهم وفق ما يبتغون،⁽³⁸⁾ وهناك نماذج للمعلومات الأخبائية التي يتعامل بها المخبرون الشعبيون وتصبح ذات رواج شعبي واسع حتى تكون

رأي عام، ومنها على سبيل المثال ما نقلته إحدى الناشطات بالصحافة الشعبية على حائطها من خبر حمل عنوان: (ثلاث أخوات يتحولن الى ذئاب ويحملن بالزواج).

المرض يصيب شخص واحد في المليار 3 شقيقات يتمسكن بحلم الزواج ويحاولن إيجاد أية وسيلة لعلاجهن من مرض هرموني نادر حولهن إلى ذئاب أصيبت ثلاث شقيقات هنديات بمرض نادر جعلهن أشبه بالذئاب؛ حيث غطى الشعر الكثيف أجسادهن بالكامل من الرأس إلى القدمين)، أن مراجعة لصياغة الخبر نلاحظ بأنه قدم معلومة تمثل محتوى إعلامي مفيد لكنه بحاجة لمزيد من الجوانب الفنية، ومقارنة بالخبر الصحفي التقليدي، فإنه يعد خبراً غير مكتملاً من حيث عدم ورود المكان والزمان وتفاصيل أخرى للخبر بل وحتى التذوق في تسطير مفردات الخبر لم تكن كافية، أمّا الشيء الذي جاء فيه أنه قدم لملايين الناس هذه المعلومة وبوقت سريع وبكلفة لم تذكر، وتجاوز المسافات بشيء لم تتمكن وسائل الإعلام التقليدية من تحقيقه.

خامساً: الصحفي التقليدي الحرفي:

إن الصحافة التقليدية التي أسست لسياقات عمل مهنية صحفية منذ بداية نشأتها قبل قرنين أو أكثر وشملت الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية حتى وصل بها التطور إلى الصحافة المرئية المتحركة التي تتابع الأخبار والأحداث لحظة بلحظة في عصر التطور التقني الفضائي، وما ثبت عليها أنها حافظت على تقاليد عملها ولم تحيد عنها، بحيث حاولت قدر الأمكان أن توسع من تجربة المراسل أو المندوب الصحفي والمخبر والمحرر أو سكرتير التحرير ومن ثم مدير التحرير وصولاً إلى أعلى هرم في سلم العملية الإعلامية وهو رئيس التحرير ضمن المؤسسة الصحفية، وعندما نحسب للتطور في هذا العالم الصحفي التقليدي فإنه يتجسد في كيفية الوصول إلى تهيئة الأفضل في هذه العناوين والصفات في الأدوات الصحفية، من خلال التدريب والممارسة في مواكبة تفاصيل ميدان العمل الإعلامي أول بأول، وإذا ما استعرضنا مسيرة أي مؤسسة صحفية على صعيد العالم ويكل أشكال الصحافة التقليدية، فأنا نلتقي عند نقطة مشتركة تتمثل بالمندوب والمراسل وباقي التسلسلات الأخرى، وسواء كان الأمر يتعلق بالجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون في قطاع الإعلام الحكومي أو الإعلام المستقل فإن "حارس البوابة" أو ما يسمى أيضاً بـ"الرقيب" موجود ويمارس عمله مع كل خبر أو تقرير أو تحقيق أو مقالة، وفي هذا النمط الصحفي التقليدي تتوخى المؤسسات الصحفية الدقة في تناول اللغة الفصحى، وفي مجال لغتنا العربية فإن المدقق اللغوي يعد أحد اهتمامات وسائل الإعلام، ومع هذا فإن الأخطاء الشائعة تشكل أبرز مثالب صحافتنا العربية، وأيضاً يكون الوقت غالباً ما يسجل انتصاراً كبيراً على الأداء المهني للصحافة التقليدية، لسببين هما:

1. مرحلة ما قبل التحرير، وتبدأ من لحظة وقوع الحدث وحتى معرفة المخبر أو المندوب أو المراسل بتفاصيله ومن ثم نقله غرفة التحرير.
2. مرحلة الصياغة التحريرية، وتبدأ بالمندوب أو المراسل أو المخبر وتنتهي برئيس التحرير وهذه الدائرة التحريرية تستغرق وقتاً طويلاً لبث الخبر مهما تم اختصاره.

إن هذه العملية الاتصالية لا يمكن أن تسير بالأمر الهين فهي تحتاج إلى منشآت وبنيات وأجهزة ومعدات إرسال وأستقبال وتصوير وطباعة وموظفين من ملاك صحفي وقني وإداري وغيرها، أن الموقع المميز للمؤسسة الإعلامية وتعاملاتها مع المؤسسات الأخرى والمواطنين تفرض عليها الكثير من الأعباء والالتزامات تقيد إلى حد كبير من حدود نشر المعلومة في فضاءات الإعلام الواسعة، وإن كثيراً من وسائل الإعلام تتحدد في جرائدها خاصة إذا كانت تتبع للقطاع الإعلامي المستقل خوفاً من الدخول في مواجهات قضائية مع الدولة والجهات الأخرى التي تستهدفها في رسالتها الإعلامية، بعكس صحافة المواطن التي تتخذ أصغر مساحة من غرف المنازل وإدارة شخص واحد يمتلك آلاف الأشخاص في أبعد المواقع الجغرافية على شكل (groups) ويتمكن من إرسال أقصى الرسائل ضد الدول والجماعات من حيث توفر الجراءة والشجاعة وخطر الصور التي يتم التقاطها في لحظة ما باستخدام أبسط وأصغر جهاز محمول باليد، إن الصحفي الحرفي برغم دوره الفعال في خدمة الإنسانية باستعمال الإعلام التقليدي المعمول به عبر قرون من الزمن فإنه اليوم يمثل بنظر خبراء الإعلام والناس العاديين دوراً سلبياً، ويطلق عليه بعصر- التلقي السلبي لمحتويات وسائل الإعلام التقليدية، لسبب هام أن المتلقي أو المستعمل بات يرفض أن يكون مثل البئر الذي يسحب الماء دون أن يعيده، أن المثال الذي قدم في الخبر الإلكتروني بصيغته الشعبية حول تحول بنات إلى شكل ذئاب فإذا ما جرى تناوله في الخبر الصحفي التقليدي فإنه سيكون بصيغة أخرى بدءاً من العنوان وكما يلي: ثلاث نساء يتحولن إلى ذئاب.

(تحولت ثلاث شقيقات هنديات إلى أشكال تشبه الذئاب بسبب خلل هرموني غريب، وقال مصدر طبي هندي أن أفراز هرمون غريب تسبب بان يغطي الشعر الكثيف أجساد ثلاث شابات شقيقات من الرأس حتى القدمين في وسط دلهي بالهند، وأضاف المصدر أن هذه الحالة المرضية التي حصلت للشابات مطلع شباط 2012 تصيب واحد بالمليار من الأشخاص بالعالم، وتأمل الشقيقات التخلص من المرض وبداية مشوار الحياة الزوجية)، أن هذه الصياغة استغرقت وقتاً طويلاً بالمقارنة مع ما نشرته الصحافة المواطنية لمروره بعدة حلقات، وتطلب تدخل مراسل أو مندوب ومحرر وسكريتر تحرير ثم قدم بصيغة الأخيرة لمدير التحرير والذي بدوره رفعه إلى رئيس التحرير ليتم نشره للقاريء عبر الإعلام التقليدي، وهذه الآلية المعقدة لنقل المحتوى الإعلامي للآخرين تحتاج إلى مال

ومؤسسات إعلامية مجهزة بأجهزة البث والأرسال وغيرها وهو ما لا تحتاجه صحافة المواطن.

سادسا: صياغة المضمون وفق متغيرات البيئة الإعلامية:

مع ما كنا نسلم به سابقا في الإعلام التقليدي، من أن المضمون يمثل نقطة البدء في التحرير الصحفي، وأنه ليس هنالك فاصل بين خصائص المضمون وخصائص التعبير، وبرأي كروتشي "قد يكون المضمون هو ما يمكن تحويله إلى شكل"، وبحسب المفهوم السابق فلن يصير مضموناً إعلامياً إلا بعد وضعه في الصورة التحريرية الملائمة، لكننا في عالم اليوم الذي نشهد تنامي إعلام المستخدم ربما تبدلت تلك المفاهيم للمضمون،⁽³⁹⁾.

أتاحت تقنيات الاعلام الحديث من شبكة الانترنت والهاتف الخليوي، للأفراد الوصول إلى المعرفة من أعماق منابعها في كل أنحاء العالم، ومن ثم تشاطرها مع غيرهم من الناس ونشرها في سبيل ما يصبون إلى تحقيقه من البرامج الاجتماعية أو السياسية التي يضعونها بأنفسهم، فالمعرفة تعني القوة وأن العديد من أحداث العالم استخدم المواطنون فيها هذه التقنيات، وصولاً لتحقيق القوة التي أسبغتها عليهم للتصدي للأوضاع القائمة وكشف القناع عن الإساءات والمطالبات بحرية أوسع⁽⁴⁰⁾ ومع حالة انبثاق الإعلام القاعدي أو الإعلام المواطني كما شأنا أن نسميه شريكا للإعلام التقليدي في التعاطي مع الأخبار والمعلومات رافقته تحولات جديدة ذات صلة بصناعة المضامين الإعلامية لبيئة إعلامية جديدة، وكما ذكرنا في سياق آخر بأن المفاهيم وفق رؤية عالم الاعلام الجديد تبدلت، فإن "الجمهور" الذي كانت تطلق عليه هذه التسمية بالسابق أصبح "مستخدم" في الوقت الحاضر، كما أنه لم يعد متلقياً بل تحول إلى منتج للمضمون الإعلامي ومستهلك له، وفي ضوء هذه التحولات أعطى الكثير من خبراء الإعلام الجديد تعريفات لمفهوم المضمون الذي يرد في الاعلام الجديد، فالبعض اعتبره بأنه مضمون شعبي صرف لأنه يكون من إنتاج الجمهور إلى الجمهور، والبعض الآخر يرى بأنه مضمون ذاتي من إنتاج مستخدمي وسائل الاعلام الجديدة ويستهدف مستخدمين آخرين بعيدا عن أية مشاركة لوسائل الاعلام التقليدية، ومنها:

1. التحول في استخدام بعض المفاهيم بحيث أخذ البعض ينهي وجود مصطلح الجمهور التقليدي audience ويستعاض عنها بمصطلح المستخدمين users لكون هذا النمط الجديد يتصل اتصالاً مباشراً بالأفراد الذي يقومون بعملية نقل الأحداث والتعليق عليها وتحليلها بطرق ليست قائمة على التلقي الكلاسيكي كما في السابق تتطلب الاستماع والمشاهدة والقراءة بل هي عملية معايشة الحدث شخصياً وكتابته وبثه

على الشبكات الاجتماعية والطلب بالتعليق عليها بطرق تفاعلية، ويختلف هنا مصطلح الاستخدام Use/Usage بهذا المعنى عن مصطلح التلقي Reception فثمة اختلاف بين الاستخدام عن التلقي، فعلاقة المستخدم بوسائل الإعلام العصرية تكون علاقة مركبة.

2. ضعف نظرية الاحتكار الأحادي الطرف للمعلومات، فلم تعد الوسائل التقليدية تحتكر المعلومات والأخبار والآراء، إنما شاعت مسألة تعدد مصادر المعلومات وأصبحت الفرص متاحة للجميع في إنتاج المضامين الإعلامية المختلفة.
3. تحطم سلطة حارس البوابة الذي كان سمة السلطة الحكومية سابقاً، وأصبح بإمكان صحفيو البيئات الإلكترونية القيام بعملية التدفق الأخباري والمعلوماتي بين الناس بين الأطراف المشاركة بإنتاجها بيسر، وأصبحت علاقتهم بهذه الأطراف علاقة تفاعلية ومشاركة ديمقراطية في إنتاج المضمون وبهذا فأنها كسرت الحاجز السابق الذي يجعل الجمهور متلقياً فقط.
4. إعادة مفهوم صياغة الأخبار واستكشاف فنون توصيل صحفية جديدة وأدراج مصادر جديدة وتوسيع دائرة المشاركين في طريقة جمع المعلومات وتحريرها بصياغات إخبارية وأرسالها وهي من الحالات الإيجابية الجديدة لبيئة الإعلام، لكنها أعطت جوانب سلبية بغياب المهنية التحريرية وأخلاقيات العمل الصحفي.
5. حدوث تحول في الطبيعة الإدارية للعمل الصحفي، وتحققت بهذا الاتجاه نظرية "التغذية العكسية للمعلومات" أي رجح الصدى، وأصبح المضمون الإعلامي يتعاطى بين المنتجين والمستخدمين بطريقة تشاركية على نمط دائري، وزاد معدل التواصل بين المشرفين الإلكترونيين والمستخدمين⁽⁴⁾.

سابعاً: لغة الصحافة في البيئة الإلكترونية:

أن من المسلمات التي نعيشها اليوم هو الثقافة الشعبية واتساعها بمعنى آخر إن الإنسان البسيط أصبح بإمكانه أن يتواصل مع المحيط الخارجي بيسر- ويتحصل على أفضل المعلومات التي يبتغيها، وأصبحت مسألة الكتابة والقراءة في هذا المضمار واحدة من مؤشرات هذا الزمن العصري، الذي وفرت فيه الإلكترونيات فرصة كبيرة لأشاعة الثقافة بين عامة الناس بعيداً عن الأليات السابقة في تقليب الجريدة أو المجلة أو الكتاب للقراءة أو حتى الفضائيات التي تتحرك خلف الأحداث لاقتناصها صورياً وكتابة تقاريرها عبر الحاسوب، والسؤال المطروح هو كيف تجعلنا الثقافة الشعبية المعاصرة أكثر ذكاءً؟

أن الدراسات التي أجريت في السنوات الأربع الأخيرة توصلت بشكل مضطرد إلى أن الألعاب تعزز التعلم وتقلل الزمن المستغرق في إعطاء التعليمات والدروس، كما أثبتت

الدراسات التجريبية أيضاً إن ممارسة ألعاب الكمبيوتر في أعمار مبكرة قد تساعد اليافعين على اكتساب كل من الانتباه العميق وفرط الانتباه، فهذه الممارسات التي تستلزم القراءة والتفاعل مع الكمبيوتر قد أثرت بالطبع على الطريقة التي نكتب بها حيث طور الشباب طرقاً خاصة بهم من التواصل اللغوي الاختزالي فيما بينهم عن طريق غرف الدردشة أو رسائل الأيميل، فهؤلاء يتعاملون بمفردات جديدة مختزلة للغة أثرت على بنية الكلمة العربية وأصابت تبعها الصافي بالصميم بكلمات شعبية مثل (رح) بمعنى اذهب إلى أو (تعا) قرب مني، ليه بمعنى لماذا، و(ويه) بمعنى (أين)، أو يستعاض عنها بعلامة الاستفهام (؟؟؟؟) للتعجب و(مت) بمعنى متى، و(وووواو) بمعنى لماذا أو أشارات تعبر عن الصمت أو عدم الرضا أو العتب ومرات تستخدم الحروف اللاتينية لاختزال الكلمة العربية مثلاً حرف (u) ويعني أنت، ونرى بأنه بات على مجمع اللغة العربية في البلدان العربية اللجوء للتماشي مع التطورات الحديثة واللجوء لاعتماد حروف معينة اقتصاراً للكثير من الكلمات الطويلة وربما في عالم الصحافة والإعلام لجأت البعض في وقت سابق لهذه التجربة اللغوية وعلى سبيل المثال نستعاض عن تسمية وكالة الأنباء العراقية بـ (واع) أو وكالة الأنباء الأردنية بـ (بترا) وغيرها. وفي اللغة الانكليزية أيضاً يندرج الحال نفسه فعلى سبيل المثال يستعاض عن كلمة you بالحرف u ويستعيضون عن كلمة for بالرقم 4 حتى أنهم يكتبون for you بحرفين فقط وهو 4 u،... الخ،⁽⁴³⁾ وقد يجد بعض الناشطين التعبير عن الأفكار والمشاعر عبر المدونات والشبكات الاجتماعية بأقل قدر ممكن من الكلمات نوع من التمرين المبدع حتى يتيسر لهم ارسال رسائلهم بأسرع ما يمكن، يقول أحد الصحفيين الشعبيين في تجربته عن هذا المجال لقد وجدت نفسي منهمكا بمحاولة ابتكار طرق جديدة لاختزال الكلمات من أجل كتابة أسرع النصوص ومع أنه يعد نفسه ممارساً خبيراً في هذا الفن فإنه يعترف بأنه يتلقى أحياناً رسائل تشعره بالعجز والضعف أمام هذا التدمير البطيء المؤلم للغة وعندما طلب أحد المحررين الصحفيين من بعض زملائه الشباب إعداد تقارير تبحث تأثير التكنولوجيا على علاقاتهم وأنماط حياتهم اعترف بعضهم بأنهم كثيراً ما يختلسون النظر إلى صفحاتهم في الفيسبوك أو يرسلون رسائل سريعة عن طريق هواتفهم أو بريدهم الالكتروني في ماهم منهمكون بإعداد التقارير وهو ما أطلق عليه بعض الكتاب الشعبيين بـ "أخلاقيات العمل المتشطي" الذي يؤدي إلى تشتت انتباههم مثل الرسائل الفورية وألعاب الفلاش على الشاشة، واختلاس النظر إلى اليوتيوب أو جولة إلى ألعاب الطائرات أو القتال على الانترنت، ولكن العديد من الدراسات وجدت بأن استخدام آلة الحاسوب بالرغم مما يحدثه من هذه الأمور المشتتة للانتباه، فإنه يعزز ويسهل تطوير المهارات الكتابية فأنشاء النصوص عبر الانترنت يمكن أن يدعم الطبيعة التكرارية الاستيعادية لعملية الكتابة حيث يشعر الصحفي الشعبي وحتى التقليدي عند الكتابة بحرية أكثر وهم يتنقل بين الأفكار ويجرب حالات متعددة

من إعادة تنظيم الفقرات والجمل لخبره، وشكلت صفحات المدونات الإلكترونية Blogs وأشكال الشبكات الاجتماعية الأخرى أثراً فعالاً للتحديث والتعبير فتكليف بعض المتدربين بالانخراط في محادثات مكتوبة يضعهم في بيئة ملائمة لـ "صناع" المعاني تسمح لهم بالتفكير والكتابة وتنقيح أفكارهم وكتاباتهم وملاحظة كل تقدم يحرزونه في هذه العملية التي تتصف بما يكفي من الفورية بالرغم من اتسامها بما يكفي من البطء الذي يتيح رؤيتها ومتابعتها في الوقت نفسه، إن الرغبة في التقل السريع للأفكار واعتياد الناس على تعدد المهمات المتزامنة وتقصير فترات تركيزنا والأفضلية التي تتمتع بها الصورة المرئية كلها أمور ينبغي لكتاب المستقبل أن يأخذوها بنظر الاعتبار، واعتبرت قضية جذب القارئ أو المشاهد واحدة من أبرز التحديات التي تواجه الكتاب والصحفيين منذ زمن طويل، فكيف بالمحررين الشعبيين وهم يخاطبون جمهورهم في مدوناتهم وصفحات شبكاتهم الاجتماعية وسط تنافس شديد يواجهونه من نظرائهم أو من كبار الصحفيين المتميزين بلغتهم الرصينة وفي مؤسسات إعلامية بارزة وذات تاريخ طويل من الخبرة والسمعة الإعلامية، إن هذه التحديات دفعتنا إلى إبداء النصائح الآتية:

- حاول الاستفادة من المقدمة لتشويق القارئ.
- لا تعتمد إلى اغراق القارئ بجمل وفقرات معقدة ومتداخلة ومطولة.
- تجنب إدخال الملل إلى نفس القارئ.

يتمتع الكتاب من الصحفيين التقليديين والشعبيين في هذا العصر بمدى واسع من أدوات وتقنيات التدوين التي تتيح لها الاستحواذ على اهتمام القارئ، وكثيراً ما ننسى أن القراءة بحد ذاتها تعتمد إلى حد كبير على ما يجده القارئ أمام عينه على الحروف التي يراها وهي تجري فوق الصفحات وتحفز المؤثرات العقلية في أدمغتنا ربما اعتدنا منذ أقدم الأزمنة على تسطير تلك الكلمات والحروف في دفاترنا ومسوداتنا بنمط معين ثابت نسبياً غير إن علينا الآن أن نسعى إلى تقوية وتعزيز التأثير البصري الذي تحدثه بواسطة استعمال أنماط متقدمة من الخطوط والتنسيقات وترتيب الفقرات بشكل فني مبدع وليس هذا فحسب فأن التقنيات الحديثة تتيح لنا جذب انتباه القارئ عن طريق دفعنا إلى تغيير الطرق التي تصوغ بها الخبر أو نسردها بالأحداث، لقد اعتدنا ومنذ زمن طويل على أن ننظر إلى القصة الاخبارية على أنها تتكون من بداية ووسط ونهاية، ولكن في النصوص الإلكترونية ذات الارتباطات التشعبية لا توجد في العادة مسارات مقرررة سلفاً لذلك لا يظهر السرد كمقاطع أو سلسلة من المشاهد أو الأحداث المتعاقبة بل كشبكة من الاحتمالات يمكن للقارئ تفعيلها بطرق عديدة مختلفة، أن نشوء وتطور الأدب الإلكتروني فتح أمام القراء العديد من الاحتمالات لاستكشاف النص فلم يعودوا بحاجة إلى

القراءة باتجاه واحد بل يمكنهم أن يثبوا إلى الأمام أو إلى الوراء وأن يبحروا من رابط إلى آخر بشكل يمنحهم المزيد من السلطة على محتوى وتسلسل النص، في خضم النص الرقمي تصبح القراءة الفعالة عملية أكثر تعقيداً وتشابكاً، فهذه الأشكال الجديدة من الكتابة تدعو القارئ إلى تخطي الحدود عندما لا يكتفي بالفهم والتأويل والاستيعاب بل يعيدون خلق النص فيصبح القارئ كاتباً والكاتب قارئاً، لكن ما يحتاجه المحرر في صحافة المواطن هو أن يكون متطوراً في الصياغة التحريرية وأمكانية في قدرة قيادة الحاسب الإلكتروني فهي ثنائية تتطلب ضرورة ضبطها⁽⁴³⁾.

ثامناً: مفهوم المحتوى الأخباري:

إذا كنا قد ركزنا في دراستنا على صحافة المواطن، فإن المتغيرات المهنية الأخيرة، قادت إلى اختفاء هذا الاسم، ليحل محله مفهوم المحتوى الأخباري بعده مفهوم ما شمل ينتجه المستعملون، ولم تعد هناك أي إشارة مرجعية إلى "الصحافة" بكونها مهنة متخصصة تحكمها مجموعة فريدة من القواعد والأخلاقيات، تختلف عن تلك التي يعمل على أساسها المدونون الذين لم يعودوا صحفيين منافسين لأصبحوا منتجين مكملين للمحتوى الإخباري، كما أن التعبير الاصطلاحي، يؤكده المستعمل، يتخطى مفهومي مجموعة المواطنين والانخراط المدني، فمن الممكن أن ينتج المحتوى كل من المستهلكين والقراء والمعلقين، لكنه يفترض وجود محررين محترفين لتحويل المحتوى إلى صحافة، ويُسكّل هذا الكم الهائل من المصادر تحدياً يعود تاريخه إلى بداية عصر الصحافة "تحديد المصدر الذي يمكن الوثوق به"، ويقول جورج بروك، رئيس تحرير عدد السبت من صحيفة التايمز اللندنية، إن السؤال الأكثر أهمية الذي يطرحه دائماً مستهلكو الأخبار والآراء على أنفسهم، هو "هل أثق بهذا المصدر"؟، وستنجح بعض المصادر في هذا الاختبار، في حين ستخفق مصادر غيرها، ويجب على المجتمعات المنفتحة، التي ترغب في أن تظل منفتحة أن تواصل إجراء ذلك الاختبار، وهكذا فإن ظهور المحتوى الذي يؤكده المستعمل إلى حيز الوجود، إنما هو ثورة ثقافية حقيقية، يحمل في طياته فرصاً وأيضاً مخاطر لا يستهان بها تتطلب يقظة المجتمع، فمن الناحية الإيجابية، أصبح لدى المواطنين الآن سيطرة أعظم بكثير على كيفية حصولهم على المعلومات وموعد حصولهم عليها، وتمر صناعة الأخبار حالياً في مرحلة تحول إلى حوار بين مزودي المعلومات ومتلقيها أكثر من كونها مجرد وسيلة لفرض فئة النخبة آراءها ووجهات نظرها، أما من الناحية السلبية، فقد أوجدت شبكة الإنترنت إمكانيات جديدة هائلة للتلاعب الواسع والخطير أحياناً بالمعلومات، وهو أمر صعب، إن لم يكن من المستحيل، كبحه، وسوف تضع هذه الظاهرة مسؤولية ثقيلة متزايدة على كاهل الصحفيين المحترفين لكي يحافظوا على معايير عالية في التحقق من صحة الوقائع والصدق والموضوعية، وينفق المحررون وقتاً طويلاً في التدقيق

بصحة الصور والنصوص التي ينتجها أو يولدها المستعملون والمصادقة على صحتها، ومن المتوقع أن يزداد الوقت اللازم للقيام بذلك،⁽⁴⁴⁾ وتتخوف شبكة ال BBC من وسائل الإعلام الاجتماعية ووصفتها بـ "الألغام"، وحددت لائحة من ست نقاط أساسية لصحفيها تضع أطراً لكيفية التدوين، أو نشر الأخبار العاجلة باستخدام تويتر أو الفيسبوك، دون الوقوع في مأزق، (لكن غالباً ما يقع الصحفيون في مأزق من هذا النوع، ويبدأ دليل استخدام الحسابات الشخصية في وسائل التواصل الاجتماعية، بالطلب الآتي: "بوصفك موظف في BBC، وخاصة كشخص يعمل في الأخبار، هناك نقاط محددة يجب أن تأخذها في الاعتبار، ويمكن تلخيصها بجملة واحدة: "لا تقوموا بأمر غبية"، وهي توصيات للابتعاد عن السياسة وأي عمل ينظر إليه على أنه تحيز حزبي، ويوجههم في كيفية معالجة الأمور فور إنبثاق الأخبار العاجلة، وأثناء عملهم على الحسابات الرسمية لوسائل الإعلام الاجتماعية التابعة للشبكة، وهي الأخرى أصدرت وكالة الأسوشيتد برس الأمريكية، المعروفة بتشجيع صحفييها على دمج حساباتهم الشخصية، التي أنشأوها في مختلف وسائل الإعلام الاجتماعية، بالهنية، مؤخراً تحذيراً لاثنتين من صحفييها أعربوا عن آرائهم الشخصية عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁴⁵⁾.

البحث الخامس

الجيل الثاني للإعلام الإلكتروني في مواجهة العقبات

أولاً: التحديات التي تواجه الصحافة المواطنية:

هناك تحديات كثيرة تواجهها صحافة المواطنين منها رد فعل وسائل الإعلام التقليدي والقوى السياسية المناهضة للديمقراطية وحرية الفرد خاصة في الدول العربية التي تضع القوانين المقيدة لنشر الأخبار والتحقيقات الصحفية في الجرائم وقضايا الفساد المنتشرة، وذلك عكس الدول المتقدمة التي تحمي الصحفي المهني أو الصحفي المواطن، لكن صحافة المواطن بالرغم من العقبات والأجهزة الرقابية التي تستخدمها القوى الأمنية للأنظمة السياسية، إلا أنها ستفتح أبواب حرية التعبير ونقل الأخبار بشكل أوسع لأنها صحافة تسمح للمواطن العادي القيام بدور الصحفي وتوصيل أفكاره بحرية لجمهور المواطنين بعيداً عن الأنحطاط الفكري الذي تفرضه غرائز العنصرية والطائفية والإثارة الدينية، ولا شك ستكون صحافة المواطن صحافة واقعية عندما تقدم خدماتها للمواطن بواسطة صحفي يستطيع استيعاب تطورات التقنية العصرية لصنع صحافة الغد الشعبية، وهذا ما ينتظره الناس بكونها خدمة إعلامية جريئة وقرية من حاجات ومتطلبات الناس الآخرين،⁽⁴⁶⁾ وبرغم الاعتراف بما تقوم بها صحافة المواطن بأشكالها المختلفة من أدوار فاعلة في الحياة التنويرية إلا أن جهات دولية مختصة ما تزال حتى اللحظة تعتقد بأن (صحافة المواطن) لن تحل بديلاً عن الصحافة الاحترافية "التقليدية" إذ ترى المدير العامة للأونيسكو "أيرينا بوكوفا" بأن الصحفيين المواطنين، لن يحلوا مكان الصحفيين المحترفين، ولا بد من تغييرات في التعليم والمعرفة التي أحدثتها التقنيات العصرية، ومع ذلك قالت فعلاً صحافة المواطن غيرت وجه وسائل الإعلام، لكن الأونيسكو لا تزال تعمل على تدريب الصحفيين في البلدان النامية ليصبحوا أكثر مهنية،⁽⁴⁷⁾ إن الإعلام الجديد الذي سنشهد صعوده بوتيرة متسارعة في ما هو قادم من الأيام، ليس فيه لاعبون ومشاهدون، بل الكل فيه لاعبون، سواء كانوا محترفين أم هواة، وسواء كانوا من الصفوة أو المهمشين، إعلام يقوم بكل الأدوار المتوقعة وغير المتوقعة، لا توجد موانع تحده أو سقف يحول دون صعوده، وهكذا وجد (الإعلام الجديد) أكبر وأهم عوامل انتشاره، وإن كان لا يخلو من مخاطر هي:

1. فقدان المهنية وعدم التيقن من المصداقية.
2. الإغراق أحياناً كثيرة في الذاتية وضعف الجوانب الأخلاقية.
3. إضافة إلى خلق شكل جديد من الديمقراطية غير المنضبطة بأطر سياسية⁽⁴⁸⁾.

ورغم ذلك سيظل هذا الشكل الجديد موجوداً، ما دام القهر والتهميش يلاحق نسبة كبيرة من سكان المعمورة⁽⁴⁹⁾، وبالنسبة لدور الصحفيين المحترفين في العالم بعدما بات تويتر وفيسبوك، والهواتف النقالة، وصحافة المواطن الأخرى هي المزدهرة أصبح لزاماً عليهم بذل المزيد من التواصل والتفاعل العملي مع الأنواع الصحفية الشعبية لإنتاج نموذج صحفي جديد يتسم بالحرفية الصحفية⁽⁵⁰⁾، أن كثيراً من الأخبار الجريئة التي كشفت مضامينها عيوب وانتهاكات خطيرة، دفعت كثيراً من حكومات الدول للتفنن في تحجيم دور هذه المنتديات والمواقع من خلال وضع بروكسي-PROXY أو حجب BLOCK تلك الصحف الإلكترونية داخل الدولة، لا شك أن هذه الاشكالية في عالم الإعلام الأنترنتي وضع المزيد من المواقع تحت ضغوط أمريكية مثل "هوت ميل hotmail وياهو yahoo" وسمحت بتسريب ملايين نصوص الرسائل البريدية الإلكترونية بالعربية إلى مراكز الاستقصاء عن المعلومات الأمريكية المتعلقة بما يسمى "الارهاب"، ومن هذا المنطلق فإن المواقع الأخبارية الخاصة بالجماعات المسلحة وأبرزها تنظيم القاعدة من أكثر المواقع التي تحظى بمتابعة أخبارها التي ترد أول بأول الخاصة بتحركاتها وبناء استراتيجيات جهادية لها في معركتها مع الغرب، وربما أخذت كبريات وكالات الأنباء وشبكات التلفزة المشهورة وكذلك أعداء وأصدقاء هذه الجماعات تتلقف بشغف ما يرد في هذه المواقع والمنتديات التي اتسعت في كثرتها بشكل ملفت للنظر في السنوات التي أعقبت احتلال أفغانستان والعراق مطلع الألفية الثالثة، ومن أهم الأخبار التي جرت متابعتها قضية ذبح الرهائن الغربيين عندما تعتقلهم هذه الجهات المسلحة، ودفعت هذه المسائل الإدارة الأمريكية بأصدار توجيهات شفوية للشركات المزودة بالانترنت داخلها والشركات المهيمنة على الانترنت بضرورة التخلص من المواقع التي تسبب لسياسة الولايات المتحدة الصداق، مما أدى في نهاية الأمر إلى إغلاق آلاف المواقع فاهضت سياسة الولايات المتحدة في العالم،⁽⁵¹⁾ عندما اتفقنا على شيء اسمه الجيل الثاني (web 2.0) للشبكة الأنترنتية بمضمون صحافة جديدة فإن الطبيعة الأفقية له تمكن المواطنين بطرق لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية تأمينها وتجعل تدفق المعلومات أكثر صعوبة للسيطرة عليها، وبغض النظر عن ذلك تحاول الحكومات الاستبدادية تقييد الاتصال الأفقي وإعاقة انتشار المضمون الذي ينتج محلياً والذي تجده غير مرغوب فيه، ومع أن الهدف الأولي هو إسكات النقاد المحليين ومنع قيام بدائل سياسية، فإن وسائل المراقبة المفروضة التي تنفذ هذا العمل هي بالضرورة أكثر اقتحامية وتطفلاً وتؤثر بصورة مباشرة على أعداد كبيرة من الناس من تأثير القيود المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية⁽⁵²⁾.

ثانياً: مواقف حكومات معارضة لفاعلية أعلام المستخدم:

انطلاقاً من خاصية الفاعلية اللازمة لشبكة الجيل الثاني (web 2.0) وتأثير الصحافة الجديدة في سرعة نقل المحتوى الإعلامي، فإن عدة بلدان اتخذت مواقف جديدة للحد من هذه الفاعلية، وقامت بتطوير منظومات أساليب رقابية للإشراف عليها وتقليص الحرية الأنترنتية، لإمكانية الوصول إلى تطبيقات شبكة هذا الجيل مثل الفيس بوك واليوتيوب، لغرض منعها بصورة دائمة أو مؤقتة، وتفرض هذه العقوبات في أحداث معينة كما فعلت حكومات عدة في العالم (52) منها على سبيل المثال الحكومة الإيرانية والتونسية ونظيراتها المصرية والسورية 2010 و2011 و2012 خلال الاضطرابات التي نشبت في ما يسمى بـ "أحداث الربيع العربي" وإيران التي تمنع استخدام الشبكة في المنازل ومقاهي الانترنت لاستعمال البث عبر الموجة العريضة منذ قيام المظاهرات التي خلفتها نتائج الانتخابات عام 2008 وأحداث "زينغيانغ" في الصين عام 2009، ومنعت أيضاً بورما كافة إمكانات الوصول إلى شبكة الانترنت العالمية لعدة أيام عام 2007، في أعقاب الإجراءات الصارمة العنيفة التي اتخذت ضد المظاهرات السلمية في ثورة "الزعفران"، ويرصد القاتمون من البشر على عمليات رقابة ويزيلون يدوياً مراكز المدونات ويخلقون منتديات المحادثات على شبكة الجيل الثاني التي تعالج موضوعات محرمة مثل حقوق الإنسان والانتهاكات وانتقاد الشخصيات السياسية أو الفساد الرسمي، حيث تلجأ السلطات إلى طريقة المكالمات الهاتفية من خلف الكواليس للضغط على المدونين ومضيفي مواقع الشبكات من أجل الغاء محتوى معين وهذا الأسلوب أكثر ما لجأت إليه هي روسيا، وبدلاً من الاعتماد الكامل على تدخل مباشر من جانب وكالات حكومية تلجأ بعض الأنظمة الحكومية بصورة متزايدة إلى تفويض مسائل الرقابة والإشراف لشركات خاصة خارجية من وإلى مزودي خدمات الانترنت وشركات استضافة المدونات ومقاهي الفضاء الإلكتروني ومشغلي الهواتف النقالة وتعرض الشركات إلى فرض غرامات عليها، وإلى فقدانها ترخيص العمل الممنوح لها في حال تخلفت عن ترشيح المحتوى السياسي أو رصد نشاط الانترنت أو جمع البيانات حول مستعملي الانترنت، يفرض على المستعملين تسجيل أسمائهم مع مزود لخدمات الانترنت عند شرائهم رخصة استعمال الانترنت في منازلهم، أو في مكان عملهم لكيلا يتمكنوا من العمل على الانترنت بصورة مجهولة الاسم، وفي هذا المجال تستغل عدد من الحكومات معلقين سريين مدفوعي الأجر ومؤيدين للحكومة أو مواقع على الانترنت تقولها الدولة للتأثير على المحادثات عبر الانترنت، وعلى سبيل المثال تستعمل الحكومة الصينية 250 ألف أو أكثر من المعلقين الذين يعرفون باسم فريق (50 سنتا) والذي حسب ما تؤكد التقارير يتلقون مبلغ (50 سنتا) صينياً عن كل موقع مؤيد للحكومة يديرونه،⁽⁵³⁾.

ثالثاً: صحافة المواطن تتجاوز القيود الرسمية.

"بلدان الربيع العربي انموذجاً"

في ثورات الربيع العربي كما يحلوا للبعض أن يطلق عليه كان للشبكات الاجتماعية دوراً كبيراً في المشاركة الأخبائية وبرز أهمية صحافة المواطن بأشكالها المختلفة، وتكمن أهمية وقيمة وسائل الإعلام الاجتماعية في أنها أداة يتم استخدامها للمساعدة في تحقيق التغيير السياسي، وهو ما ظهر جلياً في الخامس والعشرين من شهر يناير كانون الثاني 2011، فبعدما استخدم الشعب التونسي فيسبوك ويوتيوب للمساعدة في الإطاحة بنظام الرئيس السابق زين العابدين بن علي، استوحت جماعات المعارضة في مصر هذه الفكرة وقامت باستخدام فيسبوك وتويتر ويوتيوب للمساعدة في تنظيم احتجاجات في الخامس والعشرين من كانون الثاني، الذي كان يتزامن مع عيد الشرطة المصرية، والذي شهد الشرارة الأولى لاندلاع الثورة المصرية التي أطاحت بنظام الرئيس السابق حسني مبارك، وقال أكثر من 70.000 شخص على فيسبوك إنهم سيشاركون في تلك الاحتجاجات، أما على تويتر فقد بدأ النشطاء المصريون، ثم الناس في جميع أنحاء العالم، باستخدام «Jan25» للمساعدة في نشر المعلومات حول الاحتجاجات (54)، وعلى يوتيوب قامت الناشطة السياسية أسماء محفوظ بنشر فيديو يحث المصريين على الخروج إلى الشارع، كما تحولت صفحة "كلنا خالد سعيد" على فيسبوك التي كانت تدار سرا من قبل وائل غنيم، مدير التسويق بشركة غوغل في الشرق الأوسط، وغيره من الشباب الناشطين في مجال حقوق الإنسان، ومع بدء الثورة الشعبية بمصر، أخذ فريق من الشباب الليبيين الاستعداد لثورة وشيكة في بلادهم، وشكلوا مجموعة شباب ليبيا، وهو فريق تألف من 17 متطوعاً مهمتهم إخبار العالم عما كان يحدث فعلاً هناك، وتقول هدى منينة، والتي كانت تمثل مجموعة شباب ليبيا في المؤتمر الذي عقدته جامعة فكتوريا في كندا، تحت عنوان: "الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي في الشرق الأوسط": لقد أخذنا على عاتقنا دور التوعية حول الأحداث في بلادنا حيث تم قطع الإنترنت ولم يكن الشعب الليبي قادراً على إيصال صوته للعالم، وأنشأ فريق المتطوعين حساباً على تويتر في 5 شباط/فبراير ولدينا الآن ما يزيد على 45 ألف متابع، قمنا بنشر الأخبار والمعلومات على الإنترنت حول الأحداث في ليبيا، وشكل فريق من الشباب ليسوا صحفيين في ليبيا للتواصل عبر الشبكة الاجتماعية وأخذوا يكتبون بلا حارس بوابة ويدون أخضاع أسهاماتهم الصحفية لتدقيق أو فلترة صحفية بل تذهب إلى المواطن أو القارئ مباشرة، وتقول أحد أعضاء الفريق وهي أسماء منينة "نهاية الثورة في ليبيا هي بداية مشروعنا، وهدفنا الآن العمل داخل ليبيا لتعزيز انتشار الإنترنت من 5% حالياً إلى أكبر قدر ممكن عن طريق إشراك الناس في مجتمعات الإنترنت وتوضيح مدى تأثير الإنترنت على الثورة" (55).

رابعاً: ضوابط استخدام أخبار الشبكات الاجتماعية:

هنالك ضوابط مهنية ضرورية تستدعي اتخاذ قرار تناول التقارير المنشورة في وسائل الإعلام الاجتماعية؟ كل حالة تختلف عن الأخرى، ولكن الاعتبارات تبقى نفسها، وفي سبيل ذلك هنالك ثلاث مسائل متميزة لتقييم ما يلي:

○ مدى مصداقية هذه المعلومات؟

○ ما هي أهميتها لجمهورك؟

○ وكم هي ملحة الحالة؟

ليس بالأمر بالهين حين تتناول التقارير على الصفحات الاجتماعية الآخرين، حيث يتطلب منك تقييم المصداقية، النظر في التاريخ الاجتماعي للمصدر، إذا كان لهذا الشخص صاحب خبرة طويلة على الشبكة، أم أنه حساب جديد ليس له صورة شخصية أم أصدقاء أم تاريخ؟ وبادر بسؤال نفسك هل قام بنشر معلومات بشكل منتظم وذات مصداقية في مرات سابقة؟ وهل كان المصدر في وضعية تُمكنه من معرفة ما يدعي معرفته؟ لأننا نواجه الكثير من التضليل في وسائل الإعلام الاجتماعية يأتي من مصادر مخطئة، وليس أناساً مارسوا الكذب عن عمد، وهذا ضمن الجانب الأول:

○ حدّد ما إذا كان شاهداً على الحدث بشكل مباشر أو أنه ينقل إشاعات، هل يعيش هذا الشخص في مكان قريب أو أنه يعرف الأشخاص المعنيين؟

○ انظر في ما إذا أطلق المصدر افتراضات معينة، على سبيل المثال، لم يرَ ناراً بل مجرد دخان يتصاعد؟.

○ فكر بطريقة نقدية في ما إذا فات المصدر شيء مهم، هل كانت تهر بسيارتها (أقل موثوقية) أم أنها كانت تقف في مكان الحادث؟.

حاول أن تطرح هذه الأسئلة بشكل مباشر على المصدر، وإن كنت لا تستطيع، قم بتحليل أي سياق يمكنك العثور عليه، التمس أجهد نفسك في الحصول على توثيق رسمي سواء من قبل رجل الشرطة، أو الإطفاء، أو كاميرات المرور أو أية مصادر أخرى للمعلومات الرسمية؟ وحاول الحصول على توثيق من قبل الناس، وهل تعتقد بأن مستخدمي المواقع الاجتماعية الآخرون يقومون بنشر تقارير مماثلة ومستقلة من نفس الموقع؟ وعندما يصطدم صاروخ ستريل بطائرة حربية في الجو وتتحول إلى كتلة نار، فيجب أن تكون أكثر من صورة قد التقطت، كما يتطلب البحث عن معلومات في مواقع أخرى ومصادر أخرى وليس الاقتصار على تدوينات مكررة على تويتر (retweets) أو رسائل

مبنية على موقع الحساب الموجود لديك مثلاً، وبالنسبة لتقييم الأهمية، فإنها لا تقل شأنًا عن المصادقية والتحقق، أن المطلوب النظر أيضاً في طبيعة المعلومات ذاتها وهذا يدعوك الى طرح الأسئلة الآتية:

1. ما مدى أهمية المعلومة بالنسبة للخبر الذي أقوم بتغطيته؟ هل تشكّل إدعاءً أساسياً (كان هناك إطلاق نار خلال الألعاب النارية الليلة) أم أنها معلومة عرضية (أقذر وجود 5000 شخص خلال الألعاب النارية الليلة)؟
2. ما مدى أهمية القصة لمهمتك العامة في جمع الأخبار؟ هل تستحق بجملتها عناء المخاطرة؟ أم أنها قصة ثانوية ذات تأثير أو اهتمام ضئيل للجمهور؟
3. ما هي المخاطر والمنافع المتأتية من نشر هذه المعلومة؟ إذا تبين أنها خاطئة، ما الضرر الممكن أن يتسبب في إحداثه تقريرك؟ وإذا كانت صحيحة وقد حجت ذلك، إلى أي مدى تم إغفال قرائك؟

والجانب الثالث في الأخبار والتقارير الاجتماعية، معرفة مدى حساسية الموقف للوقت، انظر فيما إذا كانت المعلومة عاجلة، وعما إذا كانت ستصبح غير ذي صلة إذا انتظرت وقتاً طويلاً لاتخاذ القرار، وما درجة العجلة لتقرر ما ستفعل؟، وما الضرر الممكن أن يحدث من جراء الانتظار لنشر هذا التقرير، ربما حتى تصبح أكثر ثقة في الحساب الخاص بمصدرك؟ هل هناك فائدة من الانتظار؟ إذا كنت تتعامل مع تقرير حول حادث آني لقله أحدهم ويتعلق بالسلامة العامة، فعليك في أقرب وقت ممكن الأخذ بعين الاعتبار أهمية تنبيه الآخرين إلى الخطر المحتمل، هذه العوامل الأربعة إذا ما توفرت فإنها ستدفعك إلى اعتماد المعلومات لغرض النشر⁽⁵⁶⁾، أن من المسؤوليات الصحفية الرئيسية الحكم على المعلومات، وليس هي مهمة الصحفيين مجرد جمع المعلومات لنقل الأخبار وحسب، وأما أيضاً التحقق من صحتها قبل استخدامها، ومن الضروري الرجوع إلى مصادر متعددة للتأكد من موثوقية المعلومات التي يحصلون عليها⁽⁵⁷⁾.

المراجع

1. أ. إبراهيم بعزیز، مصدر سابق، ص 52 - 53.
2. جوليان ريفيه، 2009، نفسية الصدام على الانترنت، هل هناك أنا أعلى رقمي في زمن الويب الاجتماعي؟، قرأ في 30 آذار 2012، للمزيد ينظر الرابط-psychologie-du-clash-sur-internet / story7929 www.slate.fr
3. International cybar society governing the internet, master thesis, UNIVERSITY OF COPENHAGEN, 2009, P.10 -11. nils g. indahl
4. د. السيد بخيت، البيئة الإعلامية الإلكترونية العربية، تحولات عاصفة وأنبثاقات متجددة، مصدر سابق.
5. د. عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 2000، ص 69.
6. مناقشات الندوة الإعلامية "شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة المجتمع" نظمها مركز الدراسات والبحوث (مبدأ) بالجامعة العراقية، 20 شباط، 2012.
7. شريهان المنهري، مفهوم الإعلام وأهماته: البديل والشعبي والإلكتروني، منشور في المركز العربي للأبحاث الفضاء الإلكتروني، قرأ في 20 مارس 2012، للمزيد ينظر الرابط الآتي: <http://www.accr.co>
8. السيد بخيت، إعلام المستخدم، المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلامية الإلكترونية العربية، مجلة اتحاد الأذاعات، العدد 3، 2011، ص 42.
9. د. ماجد الحيدر، مجلة تواصل، هيئة الإعلام والاتصالات، بغداد، السنة الخامسة، العدد الخامس والأربعون، كانون الأول 2010، ص 54 - 55، وكذلك، د. فاضل البدراني، ورقة بحثية "إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام على اللغة العربية"، ندوة كلية الآداب، الجامعة العراقية، شباط 2012.
10. برتراند بكري ولاري كيلمان، من صحافة المواطن إلى محتوى الأخبار التي ينتجها مستعملوها، مصدر سابق.
11. Nicole Martinelli، شبكة الصحفيين الدوليين، www.ijnet.org/ar، جرى استقاء المعلومات في 1 أيار 2012، للمزيد ينظر الموقع الإلكتروني للشبكة
12. ميشيل نجيب: إلى أين توجه صحافة المواطنين؟، موقع الحوار المتمدن، تم استقاء المعلومات في 20 مايو 2012، للمزيد ينظر الموقع www.ahewar.org/debat/show.art

12. ميشيل نجيب: إلى أين توجه صحافة المواطنين؟، موقع الحوار المتمدن، تم استقاء المعلومات في 20 مايو 2012، للمزيد ينظر الموقع www.ahewar.org/debat/show.art.
13. شبكة الصحفيين الدوليين IJNET تم استقاء المعلومات في 30 نيسان 2012، للمزيد ينظر الرابط الآتي: <http://ijnet.org/ar>
14. د. ياس البياتي، الإعلام الجديد وخيارات العرب للمشهد القادم، مقالة، جريدة دار الخليج، العدد 13 شباط 2012.
15. شبكة الصحفيين الدوليين IJNET، مصدر سابق.
16. د. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق 2010، ص 261.
17. دانيال كاليتغارت وسارة كوك، الحرية على الإنترنت.. تقييم عالمي، (وزارة الخارجية الأمريكية/آيار 2010، المجلد 15، العدد 5، تم استقاء المعلومات في 25 آذار 2012، للمزيد ينظر الرابط):

www.amrica.gov/LarLpublicationsLejournalusa.html

18. صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الإلكترونية وأدوار مستخدميها، موقع الاعلام الجديد، تم استقاء المعلومات في 15 مايو 2012، للمزيد ينظر الرابط الآتي: www.jadeedmedia.com
19. دانيال كاليتغارت وسارة كوك، الحرية على الإنترنت، مصدر سابق.
20. مناقشات بصوت المؤتمر السنوي الأول لكلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية "مستقبل الإعلام بعد ثورات الربيع العربي" للفترة من 19 إلى 21 مارس 2012.
21. جريدة الشرق الأوسط، لندن موجز الإعلام، العدد 12091، الخميس 5 يناير 2012.
22. موقع تازة، كيف اخترق فريق أخبار متطوع التعقيم على الإنترنت في ليبيا، تم استقاء المعلومات في 7 مايو 2012، للمزيد ينظر الرابط الآتي: <http://taza-today.info>
23. جيف سوندرمان، كيف تتحقق ومتى تنشر أخبار وسائل الإعلام الاجتماعية، موقع بوينتر، تم استقاء المعلومات في 20 مارس 2012، للمزيد ينظر الرابط الآتي: <http://www.poynter.org>.
24. د. عبد الرزاق الدليمي، التحرير الصحفي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 36 - 37.



الدكتور فاضل محمد البدراني

أستاذ الصحافة في كلية الإعلام بالجامعة العراقية
متخصص بتدريس الفنون الصحفية والتلفزيونية و الالكترونية
تولى رئاسة قسم الصحافة في كلية الاعلام - الجامعة العراقية
تولى رئاسة فرع الصحافة بكلية الآداب - الجامعة الإسلامية - بغداد

صدر للباحث عدة مؤلفات وهي :

- الإعلام صناعة العقول. بيروت ٢٠١١
- ثورة الصورة - المشهد الاعلامي وفضاء الواقع (كتاب مشترك) بيروت ٢٠٠٨
- الفكر القومي لدى صحافة الأحزاب العراقية. بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية. ٢٠٠٧
- العلاقات العراقية المصرية. في الصحافة العراقية. القاهرة. عرب برس للطباعة والنشر. ٢٠٠٦
- فن الاتيكيت في بناء العلاقات الاجتماعية والدبلوماسية " بيروت. قيد الطبع "
- أستاذ محاضر للفنون الصحفية والتلفزيونية في عدد من الجامعات العربية والعراقية والمنظمات الدولية
- خبيراً اعلامياً في عدد من منظمات المجتمع العراقية والدولية
- معد ومقدم برامج تلفزيونية عراقية وعربية
- كاتب مقالات و محرر و مراسل للعديد من وكالات الأنباء والصحف والفضائيات الدولية والعربية
- نشر حوالي ١٥ بحثاً في مجلات محكمة عالمية متخصصة بشؤون الإعلام والاتصال
- عضو الاتحاد الدولي والعربي للصحفيين و عضو نقابة الصحفيين في العراق
- عضو الاتحاد العربي والعراقي للكتاب



دار البداية للنشر والتوزيع

عمان - وسيل البحر - تقاسي ٤٥٤٥٦٧٩
ص.ب ١٨٤٢٤٥ عمان ١١١١٥
info.daralbadayah@yahoo.com

خبيراء الكتاب الأكاديمي

مختصون باقتراح الكتاب الجامعي